5 TUYỆT CHIÊU TĂNG DOANH THU BÁN HÀNG ONLINE THẦN TỐC

Vì sao bạn phải đọc cuốn sách này? Bạn sẽ nhận được gì nếu sở hữu cuốn sách này.

"Đừng cố gắng trở thành người thành công, mà hãy cố gắng trở thành người có giá trị." – Albert Einstein

Marketing online có sức mạnh tiềm năng rất lớn. Nó trở thành vũ khí cực kỳ lợi hại phục vụ cho kinh doanh và tạo ra tài sản khổng lồ từ internet.

Trong quá trình tư vấn kinh doanh cho những công ty, chúng tôi luôn nhận được câu hỏi "Làm sao để triển khai kinh doanh online hiệu quả?" " làm thế nào để tăng doanh thu, số người vào website". Đây là những câu hỏi không dễ trả lời chút nào! Và bạn sẽ không phải vất vả đi tìm câu trả lời cho những câu hỏi tương tự thế này vì qua cuốn sách này, chúng tôi đã giúp cho các bạn tìm được lời giải đáp.

Đa phần là các bạn đang triển khai kinh doanh truyền thống, mọi hình thức tiếp thị sản phẩm, chào hàng, bán hàng đều là thủ công vì vậy việc tiếp cận khách hàng rất khó khăn hiệu quả không cao, chi phí tiếp thị cũng khá cao, rất hạn chế về đơn hàng dẫn đến tình hình sản xuất không phát triển, quy mô công ty không mở rộng

Một đều mà chúng tôi tin chắc các bạn ai cũng muốn là làm sao kinh doanh hiệu quả với chi phí bỏ ra thấp nhất mà lợi nhuận thu lại cao nhất. Bạn có thể thực hiện đều này với internet marketing đúng cách.

Một phương pháp kinh doanh từ tìm kiếm khách hàng, tiếp thị, bán hàng, chăm sóc, giao hàng… diễn ra hoàn toàn tự động, bạn thấy thế nào? Chỉ có internet mới làm được đều này và chi phí cho tiếp thị sản phẩm sẽ rất thấp mà hiệu quả lại rất cao.

Cách thức gia tăng doanh số nhanh chóng trong thời gian ngắn là đều tuyệt vời trong cuốn sách này. Bạn sẽ được biết tới hệ thống để xây dựng kinh doanh triệu đô trên

internet; Những chiến lược kinh doanh đỉnh cao; Những chiêu thức tiếp thị khách hàng không từ chối được; Những chiến lược marketing với chi phí bằng 0 rất hiệu quả; Kỹ thuật tạo lượng khách hàng trung thành tuyệt đối; Những công thức kinh doanh đỉnh cao; Những bí mật kinh doanh của những internet marketing hàng đầu thế giới…

Cuốn sách này dành cho những ai?

- Chủ doanh nghiệp đang muốn tìm cách phát triển kinh doanh hiệu quả trên internet, đang gặp khó khăn trong việc tiếp thị sản phẩm, muốn tìm khách hàng tiềm năng, tăng doanh số ngoạn mục từ internet.

- Những người yêu thích khởi nghiệp trên internet với chi phí thấp mà hiệu quả, mong muốn tạo hệ thống kinh doanh hoàn hảo trên internet.

- Những người khao khát làm giàu, mong muốn đạt tự do tài chính, tự do thời gian.

- Bất kỳ ai mong muốn kiếm thêm thu nhập thụ động từ internet ngoài công việc hiện tại.

....

Cuốn sách này không những giúp các chủ doanh nghiệp xây dựng hệ thống kinh doanh bền vững từ internet mà còn giúp tạo ra nguồn thu nhập hoàn toàn thụ động từ internet cho những ai mong muốn kiếm tiền online.

Cuốn sách này không hướng dẫn bạn cách kiếm tiền nhanh chóng, cũng không hướng dẫn xây dựng hệ thống kinh doanh nhanh chóng. Tất cả đều theo một quy trình hoàn hảo nhất, từng bước từng bước xây dựng hệ thống kinh doanh triệu đô trên internet.

Cuốn sách này sẽ hướng bạn theo quy trình kinh doanh đúng đắn và loại bỏ hoàn toàn tệ nạn spam đang diễn ra không hay như hiện nay.

Vì sao bạn nên triển khai kinh doanh online?

- Tiếp cận khách hàng tiền năng dễ dàng hơn.

- Chi phí tiếp thị rất thấp mà hiệu quả lại cao.

- Tạo được đòn bẩy kinh tế mạnh mẽ.

MỤC LỤC

- Tạo trang fanpage và Group

D: Chiến lược hướng lượng truy cập khủng vào website

E: Chiến lược tự động hóa kinh doanh với email marketing của getresponse

- Chiến lược tự động hóa kinh doanh thực hành
- Chiến lược trong kịch bản tiếp thị email.

Tuyệt chiêu 3: Nhân bản website hàng loạt nhanh chóng

Tuyệt chiêu 4: 10 chiến lược marketing chi phí 0 đồng hiệu quả

Tuyệt chiêu 5: Chiến lược gia tăng tỷ lệ mua hàng và số lần mua hàng lặp lại.

5 TUYỆT CHIÊU TĂNG DOANH THU BÁN HÀNG ONLINE THẦN TỐC

Tuyệt chiêu 1: Biến website thành cỗ máy in tiền tự động

I. Xây dựng website công ty chiến lược đỉnh cao

1. Tên miền nên gắn liền với sản phẩm hay thương hiệu

Tên miền gắn liền với sản phẩm dịch vụ bạn kinh doanh là yếu tố rất quan trọng trong việc tăng hạng website trên công cụ tìm kiếm, dễ dàng SEO hơn.

Ví dụ: website bán khóa học online nên lấy tên miền liên quan đến dịch vụ mình đang cung cấp như là http://kinhdoanhquamang.net, http://hockinhdoanhquamang.com , http://cachbanhangquamang.com

Hoặc một website cung cấp các ý tưởng kinh doanh cho khách hàng sẽ lấy tên website là http://ytuongkinhdoanhdocdao.com

+ Bạn có thể mua tên miền website vừa tên sản phẩm vừa là tên bạn hay tên công ty bạn và tốt nhất là nên có sản phẩm bạn đang kinh doanh trong đó, kèm theo tên công ty bạn.

Mục đích của việc mua tên miền như vậy là vừa để nhận biết thương hiệu của công ty, vừa để seo từ khóa công ty đang kinh doanh.

+ Bạn có thể đặt tên miền với sản phẩm riêng bạn đang kinh doanh.

Ví dụ: Chúng tôi kinh doanh chuyên về mỹ phẩm trị mụn, chúng tôi sẽ mua tên miền là: http://trimunboc.com.vn

Bạn mua tên miền website gắn liền với sản phẩm bạn đang bán sẽ tốt nhất cho seo lên top.

Bạn muốn phát triển thương hiệu công ty có thể đặt tên miền website với tên công ty.

Mục đích của việc lấy tên miền này để chúng tôi quảng quá thương hiệu hình ảnh của công ty.

Tên miền không chứa từ khóa kinh doanh, khi muốn seo từ khóa sản phẩm này sẽ khó hơn rất nhiều so với tên miền chứa từ khóa cần seo.

- Tóm lại:

Tùy theo từng mục đích kinh doanh mà bạn chọn cho mình phương pháp mua từ khóa thích hợp.

Tuy nhiên, trong cuốn sách này chúng tôi khuyên bạn về cách mua tên miền như sau:

Với website chính, nó là hình ảnh, bộ mặt, một đại diện công ty bạn trên internet vì vậy nên mua tên miền với tên công ty để gia tăng thương hiệu, phát triển thương hiệu rộng rải đến khách hàng tốt nhất.

Vì sao chúng tôi lại khuyên bạn nên mua tên miền website là tên công ty? Nếu bạn nhờ những đơn vị tư vấn kinh doanh online nào đấy, họ đều khuyên bạn mua tên miền website gắn liền với sản phẩm dịch vụ đang kinh doanh. Ngay cả chúng tôi khi tư vấn cũng nói thế thôi!

Vì sao vậy? Đơn giản ví dụ như bạn đang kinh doanh về thuốc đông y, tạo ra website và bán trong này rất nhiều loại thuốc chữa bệnh khác nhau. Nếu đi seo những sản phẩm trong website này lên top google thì rất lâu có thể lên top nổi, thậm chí là không lên nổi nếu độ cạnh tranh là cao, hoặc bạn đi nhờ đơn vị seo thì chi phí cho mỗi từ khóa là rất cao để seo lên top, nhưng khi lên top rồi không bao lâu sẽ rớt hạng. Để seo từ khóa có độ cạnh tranh cao cần chi phí khá lớn. Có những từ khóa lên tới vài chục triệu, nếu bạn đi thuê 10 từ khóa thôi là tốn biết bao nhiêu tiền rồi. Chính vì thế chúng tôi chân thành khuyên bạn nên làm website chính của công ty lấy tên thương hiệu công ty bạn để gia tăng hình ảnh của công ty bạn đến khách hàng. Đây là bí quyết quan trọng đầu tiên mà chúng tôi muốn chia sẻ với bạn trong cuốn sách này.

Chúng tôi sẽ giải thích cụ thể ở phần tiếp theo bên dưới!

Khi mua domain, bạn nên mua nhà cung cấp dịch vụ lớn, có tính bảo mật cao để tránh rủi ro bị hacker tấn công.

2. Đăng ký hosting ở nhà cung cấp dịch vụ uy tín

Hosting có tầm ảnh hưởng quan trọng, đặc biệt là chế độ bảo mật. Nếu bạn đăng ký dịch vụ hosting ở nhà cung cấp dịch vụ bảo mật không tốt thì rất có thể ngày nào đó webdite của bạn sẽ biến mất do hacker tấn công.

Hosting phải có dung lượng đĩa đủ lớn, băng thông đủ lớn và tốt nhất là app domain không giới hạn. Một hosting tốt là hosting cung cấp ở dịch vụ lớn uy tín, có độ bảo mật cao, không giới hạn băng thông, không giới hạn dung lượng đĩa, không giới hạn app domain.

Việc mua hosting không giới hạn băng thông, dung lượng đĩa và app domain là cần thiết, vì sao vậy? Đây là điều kỳ diệu và là bí quyết tuyệt vời mà bạn sẽ nhận được trong cuốn sách này! Nếu dịch vụ hosting không tốt, băng thông, dung lượng đĩa không đủ sẽ là nguyên nhân làm website bạn tải chậm, google đánh giá không tốt đối với người dùng thì không được sếp thứ hạng cao.

Với chúng tôi vẫn thích dịch vụ hosting của công ty IM GROUP nhất

Hãy chọn nhà cung cấp dịch vụ tốt nhất để sử dụng hạn chế rủi ra tệ nhất có thể xảy ra.

3. Đơn giản mà chuyên nghiệp

Một website thật đơn giản nhưng chuyên nghiệp là đều cần thiết.

3.1. Thế nào là 1 website đơn giản?

Một website đơn giản là khi khách hàng truy cập vào website của công ty bạn, họ không bị rối, bị phân tâm bởi quá nhiều thông tin không liên quan và không cần thiết. Cũng như

khi chúng tôi tìm thông tin gì đấy mà vô tình vào một website, thì website tốt nhất là cung cấp bài viết tập trung đúng vào vấn đề chúng tôi đang cần, mà không có những nội dung, hình ảnh khác khiến tâm trí chúng tôi bị sao nhãng.

Ví dụ:

Chúng tôi đang tìm kiếm sản phẩm về "trị mụn cám", chúng tôi lên google tìm kiếm. Khi vào website nào đấy thì đều quan trọng nhất chúng tôi muốn là cách làm sao chữa trị mụn cám và chúng tôi muốn tập trung vào bài viết hướng dẫn có phương pháp nào trị mụn cám không! Nhưng khi chúng tôi đang đọc thì phía trên website có flash chớp chớp hay banner bên phải quảng cáo thuốc trị mụn đầu đen cứ chớp chớp như vậy làm chúng tôi phân tâm. Bạn nghĩ xem nếu bạn là khách hàng có thấy khó chịu hay không?

Trang chủ của website có thể phân làm 2 cột nhưng không quá nhiều thông tin không cần thiết. Hãy tập trung vào sản phẩm bạn kinh doanh.

Bất kỳ bài viết nào giới thiệu về thông tin sản phẩm của bạn khi khách hàng vào đọc nên ở dạng 1 cột landing page, không nên có bất kỳ quảng cáo nào tại bài viết mà độc giả đang xem.

Nếu bạn bán những sản phẩm liên quan thì cuối mỗi bài viết có thể đưa ra thông tin thêm về sản phẩm này

Màu sắc bố trí cho website cũng khá quan trọng. Màu Trắng - Xanh da trời sẽ làm cho website trở nên đơn giản hơn nhưng không kém phần chuyên nghiệp.

Như bạn thấy màu trên website http://www.zappos.com/ hay https://www.facebook.com/ hay http://www.amazon.com/

Họ đều sử dụng màu nền cho website là trắng và xanh. Tất nhiên không phải ngẫu nhiên những công ty hàng đầu thế giới này họ sử dụng hai màu này. Đấy là sự tính toán khá kỹ làm cho website đơn giản, chuyên nghiệp hơn và tăng tỷ lệ chuyển đổi hơn.

Những website trên nhìn rất đơn giản về giao diện nhưng bên trong là sự chuyên nghiệp đỉnh cao.

2. Như thế nào là website chuyên nghiệp?

Một website đơn giản sẽ làm cho độc giả không bị rối khi vào tìm thông tin. Những bài viết chuyên nghiệp tập trung vào một vấn đề sản phẩm, không có bất kỳ liên quan nào khác ngoài thông tin sản phẩm dịch vụ.

Nếu bạn để ý kỹ thì website http://www.zappos.com/ bên trong mỗi sản phẩm họ đầu tư rất chuyên nghiệp về hình ảnh. Hình sản phẩm chụp đủ các kiểu 360o chi tiết, đưa chuột vào hình nào phóng to lên từng đường kim mũi chỉ như thể bạn đang được cầm sản phẩm trong tay vậy. Hầu như mỗi sản phẩm đều có video giới thiệu. Người giới thiệu hết sức tự nhiên, ăn nói nhẹ nhàng rất chuyên nghiệp.

Thông tin sản phẩm rất rõ ràng.

Dưới mỗi bài viết về sản phẩm đều có nhận xét của khách hàng ...

3. Tích hợp tiếp thị liên kết

Khái niệm tiếp thị liên kết không có gì xa lạ ở nước ngoài nhưng với Việt Nam có lẽ còn khá mới đối với doanh nghiệp.

Với hơn 5 năm trong lĩnh vực làm tiếp thị liên kết cho thị trường nước ngoài, chúng tôi hiểu được sức mạnh kinh khủng của tiếp thị liên kết. Bất kỳ doanh nghiệp nào áp dụng hình thức này hiệu quả vào kinh doanh đều sẽ tạo ra một đòn bẩy kinh tế cực kỳ mạnh mẽ cho phát triển của công ty.

Chúng tôi thường làm cho một số công ty nước ngoài về tiếp thị liên kết như: clickbank, amazon, google... Các bạn thử tưởng tượng thế này: Mỗi tháng, chúng tôi mang về cho clickbank 100 đơn hàng, mỗi đơn hàng trị giá 100$ thì tổng là tháng đó chúng tôi mang về cho clickbank này giá trị 10 000$. Chúng tôi biết có những người họ bán 500 đơn

hàng hay hơn là bình thường và tại trang clickbank này hiện có khoảng 150.000 người đang tham gia tiếp thị liên kết. Chúng tôi tính trung bình mỗi một người mỗi tháng mang về cho clickbank 1 đơn hàng thì công ty này không cần làm gì, tự dưng cũng có 150.000 đơn hàng/tháng!

Không phải mất công tiếp thị sản phẩm, cũng không phải seo gì cả, tự dưng có lượng đơn hàng khổng lồ. Bạn thấy sức mạnh của tiếp thị liên kết kinh khủng không nào?

a. Vậy tiếp thị liên kết là gì?

Là hình thức liên kết giữa người làm công việc tư do trên internet không có sản phẩm và nhà cung cấp sản phẩm. Ví dụ: Công ty bạn đang cung cấp bán sản phẩm là thuốc đông y và công ty bạn có bộ phận gọi là marketing chuyên đi quảng bá về sản phẩm. Chẳng hạn, một ngày bạn đi quảng bà sản phẩm của công ty bạn tới được 100 khách hàng, doanh thu sẽ là 20 triệu/ngày. Nhưng nếu bạn tuyển 1000 người cùng đi tiếp thị sản phẩm cho công ty, 1000 người này mỗi ngày quảng bá tới 10.000 người, (tức 1 người sẽ quảng bá sản phẩm tới 10 người), doanh thu mỗi người này mang về chỉ 100.000đ/ ngày thì doanh thu của công ty lúc này đã là 1tỷ/ngày. Và khi giao dịch thành công, bạn trích ra khoảng 10 - 15% cho cộng tác viên tiếp thị này. Tức là một cộng tác viên bán được 100.000đ/ngày thì bạn hãy trích ra 10.000 - 15.000đ cho cộng tác viên đó, công ty thu về 85.000 – 90.000đ/ngày. Và nếu không phải là 1.000 người mà là 10.000 hay 100.000 hay nhiều hơn thế nữa. Tự nhiên công ty bạn sẽ có đội ngũ marketing đắc lực tự do khổng lồ mà không hề tốn bất kỳ chi phí nào cho marketing, có người sẽ tự động tới marketing cho bạn, bán hàng cho bạn. Đấy là sức mạnh của tiếp thị liên kết. Rất đơn giản để làm công việc này, bạn chỉ cần làm website có tích hợp tiếp thị liên kết. Hiện tại ở Việt Nam đã có một số đơn vị đã cung cấp dịch vụ tích hợp tiếp thị liên kết dành cho doanh nghiệp, điển hình như bên công ty vinamos với website thông minh. Bạn có thể xem chi tiết tại http://goo.gl/3Nllkt.

b. Những lưu ý để thành công với tiếp thị liên kết cho doanh nghiệp

- Hàng hóa sản phẩm dịch vụ của bạn đủ tốt. - Hoa hồng đủ cao, hoa hồng là tiêu điểm quan trọng nhất trong việc thu hút người làm tiếp thị cho công ty bạn. Ví dụ: Qua tìm hiểu của chúng tôi đã có vài chục đơn vị công ty đang sử dụng hình thức tiếp thị liên kết nhưng không hiệu quả, bởi vì hoa hồng không đủ hấp dẫn. Khi chúng tôi tư vấn cho công ty về dược, chúng tôi hỏi: "Hoa hồng cao nhất mà công ty có thể mang lại cho cộng tác viên là bao nhiêu?". Sau một ngày người của công ty dược đó về suy nghĩ, tính toán thì chúng tôi nhận được câu trả lời 20-25%. Chúng tôi hài lòng vì điều đó sẽ giúp được công ty thu hút được nhiều công tác viên tiếp thị cho họ. Bạn tăng hoa hồng lên mức cao nhất có thể sẽ tạo sự khác biệt với các công ty khác chỉ trích 10 - 15% hoa hồng, và bạn sẽ thu hút được nhiều người làm tiếp thị cho mình hơn. Bạn phải minh bạch, rõ ràng về đơn hàng cộng tác viên mang lại, phải xác nhận đơn hàng hoàn thành sớm nhất để cộng tác viên phấn khích làm việc. Trả hoa hồng đúng quy định, đúng ngày. Phải có sự huấn luyện với cộng tác viên về lĩnh vực bạn đang kinh doanh để họ hiểu hơn, có thể là trực tuyến qua webina hay tạo những video, hy ebook hướng dẫn, giới thiệu sản phẩm của bạn. Hãy cung cấp cho cộng tác viên những kiến thức nền tảng về tiếp thị liên kết và marketing online trước khi họ làm việc. (Những kiến thức này những đơn vị cung cấp làm website có tích hợp tiếp thị liên kết sẽ giúp bạn).

c. Tiếp thị liên kết có hấp dẫn

Hiện tại có hàng chục thậm chí hàng trăm ngàn người đang tham gia tiếp thị cho thị trường nước ngoài. Một số đông không biết tiếng Anh mà vẫn tham gia tiếp thị cho thấy thị trường tiếp thị liên kết rất hấp dẫn. Vì sao thị trường nước ngoài hấp dẫn đến vậy? Hoa hồng cao, lợi nhuận mang về khi bán một sản phẩm cũng có thể lên tới cả triệu, vì vậy đang có rất nhiều người tiếp thị. Vẫn có hàng triệu người tại Việt Nam muốn kiếm thêm thu nhập ngoài công việc chính hay người nội trợ, những người có thời gian rảnh, vì thế lazada Việt Nam đã đi tiên phong trong lĩnh vực bán hàng tiếp thị liên kết, và rất nhiều đơn vị khác đã áp dụng tiếp thị liên kết. Lượng người mua hàng trên mạng của Viêt Nam tăng rất nhanh. Cổng thanh toán online cũng mạnh dần lên. Doanh thu từ thương

mại điện tử tăng rất mạnh, tiếp thị liên kết sẽ bùng nổ tại Việt nam trong những năm tới. Áp dụng tiếp thị liên kết vào website ngay bây giờ là lựa chọn thông minh nhất. Ngay bây giờ hay không bao giờ, hãy tạo khác biệt đặc biệt với đối thủ của bạn!

5. Thân thiện với công cụ tìm kiếm di động

Phải thân thiện với hầu hết với các thiết bị tìm kiếm, đặc biệt là trên điện thoại di động. Website của bạn sẽ bị xếp hạng không tốt trên công cụ tìm kiếm khi người tìm trên thiết bị di động, đọc thông tin mà phải kéo qua kéo lại mới đọc được.

Khi vào một website nào đó bằng thiết bị di động để đọc thông tin, thay vì kéo lên kéo xuống để đọc thì phải kéo qua đọc hết dòng rồi kéo lại để đọc tiếp dòng khác, như vậy sẽ rất bất tiện với người dùng truy cập bằng thiết bị di động. Những website như vậy chưa thân thiện với công cụ tìm kiếm google và sẽ bị google xếp hạng thấp hơn những website đối thủ có giao diện tiện ích hơn.

6. Có mục nhận xét về từng sản phẩm dịch vụ

Ở mỗi bài viết giới thiệu 1 sản phẩm nào đó, ngay phía dưới cùng bài viết phải có mục đánh giá nhận xét, để khách hàng góp ý.

Những đánh giá tốt của khách hàng đã mua sản phẩm, dịch vụ của bạn sẽ là lợi thế rất lớn khi khách hàng mới lần đầu tới website để xem sản phẩm. Những nhận xét tốt sẽ giúp xóa bỏ nghi ngờ của khách hàng đối với sản phẩm, tạo lòng tin và ra quyết định mua hàng cao hơn khi khách hàng vào website lần đầu. Ý kiến về sản phẩm của cộng đồng là hết sức quan trọng!

Hãy dành những cách ưu đãi nào đấy để kích thích mọi người nhận xét, đánh giá sản phẩm công ty bạn.

7. Có những video giới thiệu trong mỗi bài viết

Với mỗi bài viết về sản phẩm, dịch vụ nào đấy, bạn phải làm từ 1 tới 2 video. Nhiều người khi đọc vào website của bạn, xem bài viết của bạn, nếu có video họ sẽ xem trước. Video vẫn là thứ sinh động hiệu quả hơn cả. Đa số mọi người lười đọc bài viết hơn xem video. Hãy làm video ngắn nói lên đặc tính tốt nhất dịch vụ của bạn và khách hàng sẽ có lợi gì khi mua sản phẩm của bạn. Nói lên được sản phẩm của bạn sẽ giải quyết được vấn đề gì? hay mang lại lợi ích gì? Làm video ngắn tầm 3-5 phút, không nên nói quá dài dòng, lan man mà không tập trung vào vấn đề.

8 .Phải có Form để lấy data khách hàng

Đây là vấn đề quan trọng nhất mà 1 website phải có, nếu không có form này thì bạn xem như thất bại và không biết được tầm quan trong của website.

Chúng tôi sẽ nói một cách chi tiết phần này để bạn hiểu.

Bạn tốn rất nhiều tiền bạc cho marketing online nhằm mục đích gia tăng doanh số của công ty. Bạn dùng kênh markeitng như là facebook ads, google adword, seo youtube marketing... đủ mọi hình thức để nhằm tăng lượng truy cập cho website, tốn rất nhiều tiền bạc, công sức nhân lực, thế nhưng một đều lạ là khi đã đưa được khách hàng tiềm năng về website rồi họ xem qua lại bỏ đi mất, thật lãng phí! Bạn nên biết là khi một người lần đầu tiên tới website bạn ra quyết định mua hàng là rất thấp (khoảng 2%). Nhiều website có lượng truy cập tới vài ngàn, vài chục ngàn, nhưng khi họ vào tìm hiểu xong lại bỏ đi mất thì thật uổng phí nguồn tài nguyên rất lớn. Những người vào website bạn này bằng những hình thức và mục đích khác nhau, nhưng họ là những khách hàng tiềm năng của bạn. Họ có quan tâm tới sản phẩm của bạn thì họ mới vào website. Nhưng vì lý do nào đó, có thể thông tin họ cần bạn viết trên website chưa đủ, hay vì họ đang thích tìm hiểu sản phẩm, dịch vụ của công ty bạn, nhưng chưa co nhu cầu mua ngay... thế là họ đi mất.

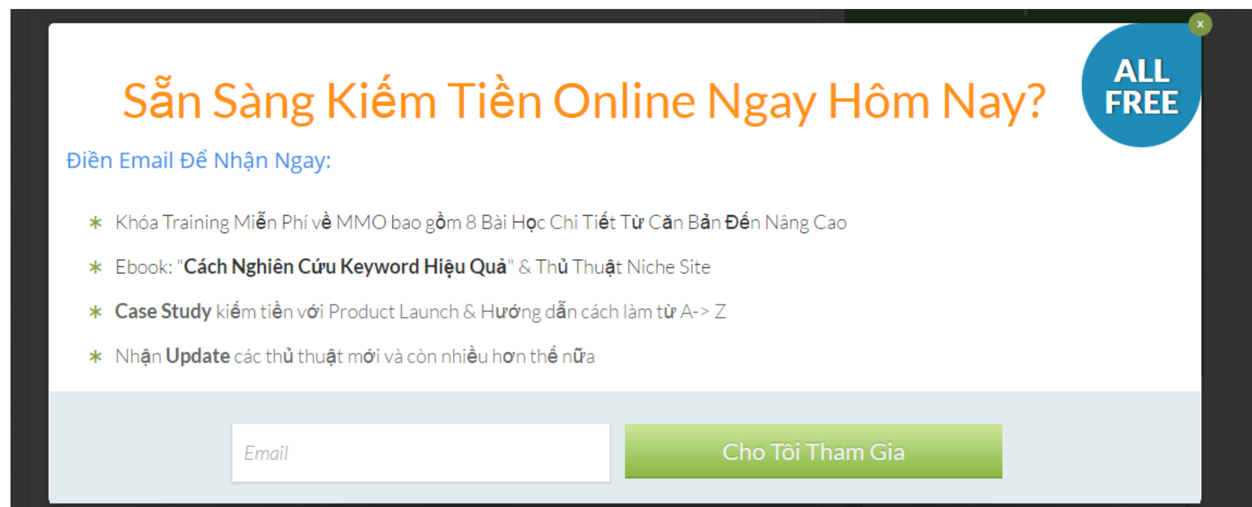
Bạn phải có cách để giữ toàn bộ khách hàng tiềm năng khi vào website của bạn bằng cách phải lấy được data khách hàng của họ gồm email, điện thoại, tên… Khi có thông tin

này cũng là lúc bạn có thêm khách hàng tiềm năng. Công việc tiếp theo chỉ là chăm sóc họ, tạo muối quan hệ tốt đẹp với họ thì trước sau bạn cũng sẽ bán được hàng cho họ.

Vậy làm thế nào để lấy được data khách hàng khi họ vào website?

Đây là phần hướng dẫn tạo website cho công ty với mục đích phát triển thương hiệu nên chiến lược lấy data chỉ là 1 phần từ website chính, còn chiến thuật tăng data khách hàng tiềm năng sẽ được đề cập ở dưới.

Khi khách hàng vào website của bạn thì sau thời gian khoảng 25 - 30 giây sẽ xuất hiện 1 popup, popup này hiện lên với mục đích tặng món quà nào đó có giá trị để lấy data của họ.



Ví dụ như khi mình vào trang về kiếm tiền online thì nó sẽ hiện lên 1 popup, như hình trên. Để nhận được ebook này, khách hàng phải điền thông tin và click gửi. Lập tức website sẽ có data của người này và đưa vào hệ thống chăm sóc tự động. Khi có data của họ rồi, sớm muộn gì, bạn cũng bán cho họ được gì đó.

Hệ thống chăm sóc khách hàng tự động như thế nào ? Mình sẽ hướng dẫn bạn thiết lập bên dưới

+ Lưu ý: Bạn có thể đặt Form lấy data khách hàng ở banner bên phải trong website thay cho hình thức xuất hiện popup.

* Những lưu ý về popup

Không nên xuất hiện liền khi khách hàng mới vào website.

Thời gian tốt nhất là 25-30s khi khách truy cập vào.

Hình ảnh bìa sách phải chuyên nghiệp bắt mắt.

Phải nhấn mạnh giá trị của sản phẩm bạn tặng.

Phải có kịch bản lời mời hấp dẫn, ngọt ngào.

9. Hình ảnh phải chuyên nghiệp đẹp mắt

Như bạn biết website là môi trường ảo vì vậy hình ảnh sản phẩm, dịch vụ của bạn phải thật đẹp mắt chuyên nghiệp, chụp càng chi tiết càng tốt.

Bạn có thể vào trang http://www.zappos.com/, mọi sản phẩm đều được giới thiệu hết sức chuyên nghiệp.

Bạn thấy cùng 1 sản phẩm có rất nhiều màu sắc khác nhau cho người chọn. Với mỗi màu sắc có 6 tư thế chụp khác nhau, trông sinh động giống như sản phẩm đang trong tay người dùng vậy. Và đặc biệt khi bạn click chuột vào từng sản phẩm, nó sẽ được phóng to lên rất chi tiết. Màu sắc hình ảnh thật tuyệt vời. Nếu bạn để ý ngay phía dưới còn có 1 video giới thiệu về sản phẩm này khá chuyên nghiệp. Đây là sự đầu tư về hình ảnh rất bài bản, phù hợp với tâm lý muốn tìm hiểu cặn kẽ sản phẩm của khách hàng mua online mà hầu như ít công ty nào làm được.

10. Khuyến khích mọi người nhận xét

Như bạn biết internet là môi trường ảo nên việc ra quyết định mua hàng là hết sức thận trọng. Tâm lý người dùng trước khi họ vào website nào đó để tìm kiếm thông tin, họ phải tìm đến mục nhận xét đánh giá sản phẩm trước. Nếu sản phẩm được nhiều người đánh giá tốt, họ sẽ an tâm hơn, ra quyết định mua hàng mau hơn.

Vì vậy, những lời nhận xét hay, tốt về sản phẩm là điều cần thiết và cực kỳ quan trọng khi bán hàng online. Hãy khuyến khích người dùng nhận xét về sản phẩm của bạn. Có thể khuyến khích khách hàng viết nhận xét bằng nhiều cách như: Tích lũy điểm, giảm giá khi mua sản phẩm tiếp theo, nhận xét để được tặng món quà nào đấy, hay tổ chức những cuộc bình chọn những người đưa ra nhận xét xác đáng nhất về sản phẩm sẽ được tặng thưởng quà giá trị… Khuyến kích khách hàng nhận xét về sản phẩm, dịch vụ công ty bạn càng nhiều thì khả năng sản phẩm đó bán online càng tốt.

Đánh mạnh vào tâm lý khách hàng, đánh tan mọi nghi ngờ trong lòng khách hàng bằng những lời nhận xét tốt của công chúng.

Hãy tạo group thành viên trung thành của công ty trên facebook. Hãy dành cho họ những ưu đãi khi mua hàng, tặng quà, giảm giá, mua hàng tích điểm, luôn tương tác tạo thân thiết với nhóm thành viên này, luôn đưa ra cho họ những lời khuyên, hướng dẫn về sản phẩm của công ty bạn. Hãy tạo mối thân thiết như anh em trong nhà vậy. Khi bạn tạo tầm 100 khách hàng thân thiết cho mỗi sản phẩm của bạn, mà mỗi người trong số họ chỉ cần nói tốt cho sản phẩm đó của bạn một câu thôi, thì lúc đó công việc kinh doanh của bạn hết sức thuận lợi.

11. Phải có nhân viên chào đón niềm nở và tiếp khách khi có người vào website

Khi có khách vào website thì ngay lập tức phải có người chào đón niềm nở, tươi cười với họ và sẵn sàng hổ trợ bất kỳ đều gì khách thắc mắc. Ngay khi khách hàng vào website, nhân viên nào phải chào hỏi trước.

Việc này sẽ được thức hiện như sau:

Khi khách hàng vào website tại góc dưới tay phải hiện lên popup nhỏ hình 1 cô gái xinh đẹp tươi cười với dòng chữ nhỏ: "Chào bạn! Mình là Hoa Ly, mình luôn ở đây để hỗ trợ bạn", chẳng hạn như thế! Bạn có thể nghĩ ra câu khác ngọt ngào hơn, phải nói lên được sự đón tiếp ân cần chu đáo đối với khách hàng. Bằng cách này, website sẽ chiếm được cảm tình của khách hàng, tạo sự thân thiện gần gũi. Khi họ vào website của bạn tức là họ đang cần giải quyết vấn đề gì đó. Được đón tiếp tốt, cung cấp thông tin kịp thời, những sản phẩm được đánh giá tốt thì khả năng mua hàng ngay khi vào website là rất cao.

Một công ty khá thông minh khi áp dụng mẫu popup này. Khi có nhu cầu, khách hàng sẽ hỏi nhân viên. Mọi thắc mắc được giải đáp liền thì hành động mua hàng ngay sẽ xuất hiện.

12. Có phần giới thiệu rõ ràng về công ty

Hãy nói lên năng lực, những điểm mạnh nhất công công ty bạn, những thành tích gì đạt được, những chứng nhận, chứng chỉ hay giải thưởng gì trong hoạt động của công ty.

Phải khẳng định cho khách hàng biết năng lực công ty bạn có thể cung cấp, đáp ứng được những gì cho khách hàng, đập tan mọi nghi ngờ của khách hàng. Hãy chứng tỏ cho khách hàng biết công ty bạn có khả năng đáp ứng mọi yêu cầu của họ.

Phần giới thiệu cần hết sức rõ ràng, nêu lên năng lực và khả năng đáp ứng của công ty bạn đối với khách hàng.

13. Luôn có người trực website tiếp khách

Như đã nói ở trên, việc chào đón niềm nở khách hàng khi vào website là hết sức quan trọng. Ngay khi khách hàng vào website tức là họ đang cần tìm hiểu thông tin về sản phẩm, dịch vụ của bạn. Nếu lúc đó mà bạn không kịp thời tư vấn thì khách hàng sẽ bỏ đi mất. Vì vậy có người luôn trực website, giải quyết mọi thắc mắc kịp thời, khả năng ra quyết định mua hàng là rất cao.

Một ví dụ:

Có lần chúng tôi lên mạng tìm với từ khóa "seo từ khóa" khi vào google tìm, chúng tôi lần lượt tìm đến 20 wedsite khác nhau. Nhưng chúng tôi tất cả những website mà chúng tôi vào đều không thấy ai đón tiếp chúng tôi cả. Có mỗi tích hợp yahoo khi chúng tôi click vào không có ai trả lời. Lúc đó chúng tôi đang cần seo 4 từ khóa với độ cạnh trang khá cao từ 1 khách hàng, giá trị cũng gần trăm triệu mà gần 20 website không ai hỗ trợ chúng tôi cả.

Bạn thấy đấy, nếu khi đó có ai trong số những website đó hỗ trợ tư vấn cho chúng tôi thì có thể chúng tôi đã gửi đơn hàng này cho họ rồi.

Hãy luôn có 1 người trực webesite là điều cần thiết, bạn sẽ tạo sự chuyên nghiệp và thiện cảm với khách hàng!

14. Tích hợp trang xã hội fanpage, youtube

Trong website của bạn nên tích hợp những trang xã hội để khi họ click vào sẽ đi tới các kênh của bạn. Một vài kênh mà bạn nhất thiết nên tích hợp như facebook, Youtube.

15. Làm video hướng dẫn mua hàng và đổi hàng

Làm video rõ ràng hướng dẫn khách hàng cách mua hàng thế nào? Chính sách đổi hàng ra sao? Hãy hướng dẫn chi tiết từng bước, càng cụ thể càng tốt.

16. Cam kết mạnh mẽ

Sự cam kết, bảo hành mạnh mẽ sẽ tạo độ tin cậy cao hơn khi khách vào website ra quyết định mua hàng. Đều này không thể dùng bài viết. Bạn nên làm video giới thiệu và hướng cho khách biết nếu mua sản phẩm, dịch vụ này thì sẽ giải quyết được ngay vấn đề nan giải nào đấy của khách hàng... Hãy mạnh dạn đưa ra lời cam kết chắc chắn nếu không hài lòng với sản phẩm, dịch vụ này, công ty có thể hoàn tiền 100%, hay khi mua mà có trục trặc gì thì có thể đổi hàng mới trong 30 ngày chẳng hạn... Bạn cần phải khẳng định chất

lượng của sản phẩm, dịch vụ, không ngần ngại dùng những từ ngữ mạnh để khẳng định thương hiệu công ty bạn.

17. Website bán hàng nên có tích hợp giỏ hàng

Tích hợp giỏ hàng vào website bán hàng là đều cần thiết, nó sẽ giúp cho bạn biết ai đặt hàng, rất tiện lợi theo dõi đơn hàng đặt từ website.

Lưu ý: Việc đặt hàng trên website phải thật sự nhanh chóng, các bước đơn giản, không quá phức tạp, càng đơn giản các bước đặt hàng càng tốt.

18 Phần liên hệ rõ ràng

Khi khách hàng đang xem bài viết nào đấy đang bị dẫn dắt bởi ngôn từ hấp dẫn, có thể ra quyết định mua ngay lúc đó nhưng lại không biết liên hệ chỗ nào mà phải đi tìm nữa thì tụt hết cảm xúc, có thể sẽ làm mất cơ hội có đơn hàng. Vì vậy, phải có hình thức liên hệ ngay.

Phần liên hệ phải rõ ràng, tốt nhất trong mỗi sản phẩm khi khách hàng xem xong ngay bên dưới cùng của bài viết nên để phần liên hệ luôn để thuận tiện cho việc khách hàng liên lạc mà không cần phải đi tìm chỗ liên hệ. Có thể là số điện thoại, đường dây nóng.

19. Banner công ty

Đây là website chính với mục đích rõ ràng là dùng để quảng bá thương hiệu công ty bạn vì vậy banner chuyên nghiệp là đều cần thiết.

Banner phải có logo công ty, số điện thoại có thể liên lạc ngay, có thể thêm vài sản phẩm công ty hay hình ảnh công ty…

Banner rất quan trọng, là biểu tượng cho thương hiệu, thể hiện đẳng cấp của công ty. Hãy làm cho chuyên nghiệp, đẹp mắt.

20. Hình ảnh sản phẩm trước và sau

Hình ảnh rõ ràng minh chứng về sản phẩm trước và sau khi sử dụng rất quan trọng để chứng minh hiệu quả của sản phẩm. Tốt hơn cả là bạn nên làm video để minh chứng quá trình trước và sau khi sử dụng sản phẩm của bạn tốt thế nào? Hãy chứng minh cho người dùng bằng cách đưa ra hàng loạt những dẫn chứng minh họa trước và sau khi sử dụng sản phẩm.

21. Những lưu ý khác nên tránh

Hạn chế tối đa banner trên website chính

- Hạn chế dùng quảng cáo banner flash.

-Hạn chế sử dụng hình ảnh quá nhiều trong website.

-Bạn có thể hoàn toàn nhờ đơn vị thiết kế cho công ty bạn một hệ thống website theo những chỉ tiêu như trên.

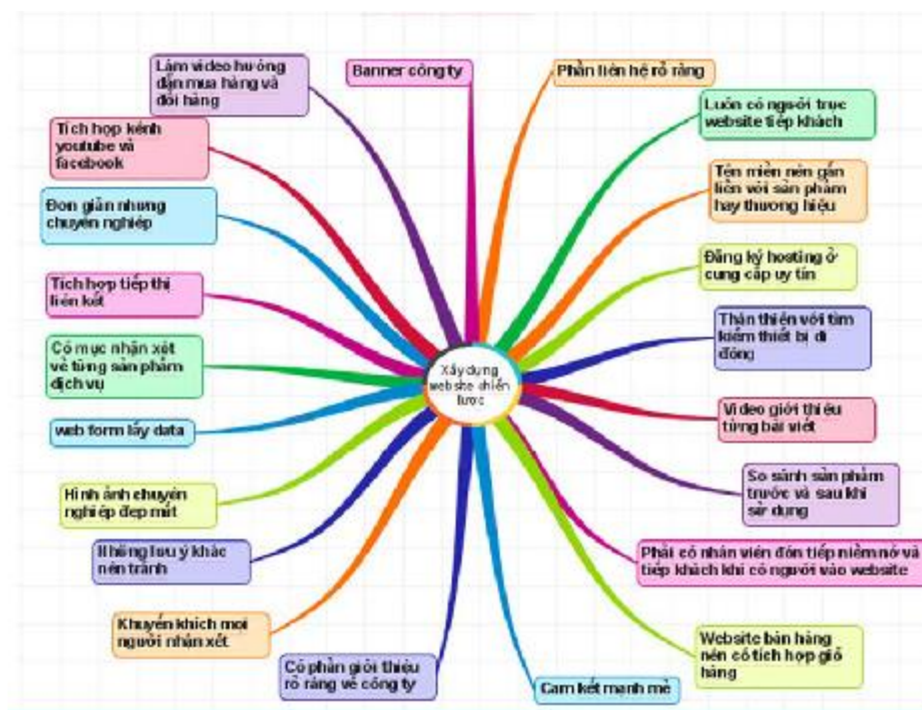
Với 3 mục đích chính:

+ Gia tăng tỷ lệ chuyển đổi trên website lên 10%.

+ Marketing thương hiệu.

+ Xây dựng danh sách khách hàng mục tiêu.

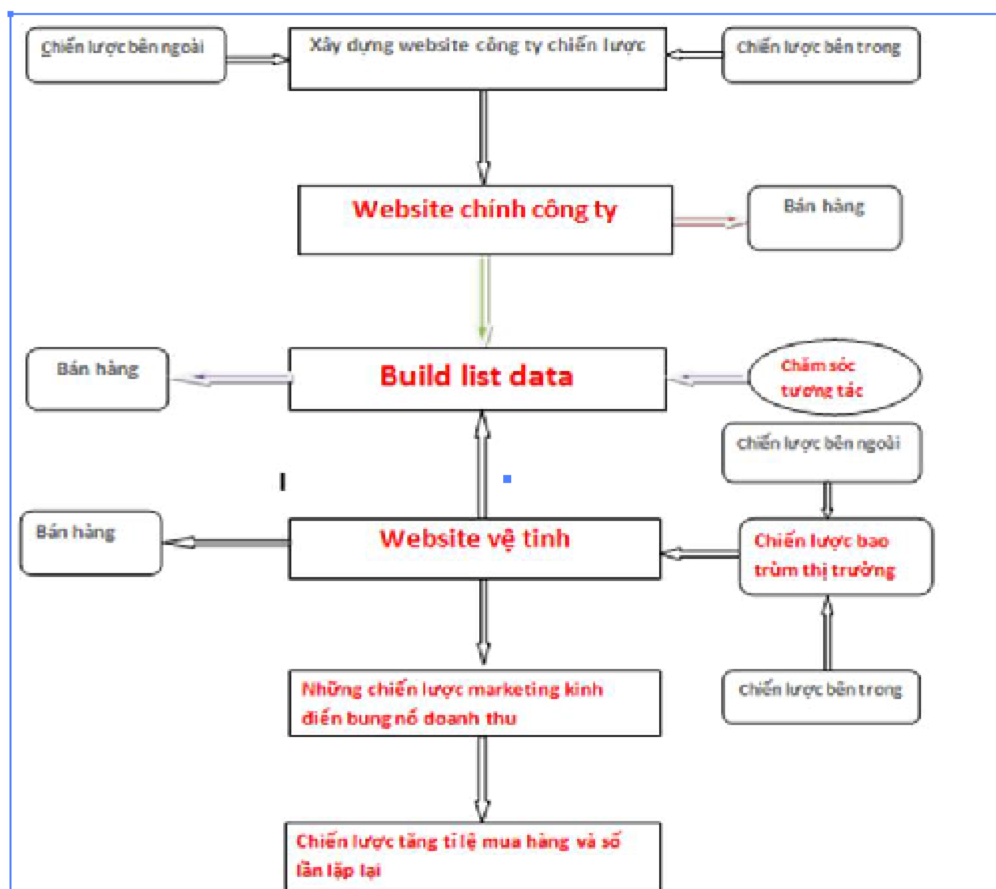
Dưới đây là sơ đồ chiến lược website chính đã được triển khai



Tuyệt chiêu 2. Chiến lược bomb nguyên tử chùm

Đây là chiến lược xây dựng hệ thống kinh doanh kinh điển bền vững nhất. Nó sẽ tạo ra một cuộc cách mạng mới trong kinh doanh online. Doanh nghiệp bạn khai thác tốt hệ thống này sẽ mang lại rất nhiều đơn hàng, tạo ra lượng tài sản khổng lồ, hoạt động theo nguyên lý hoàn toàn tự động.

 Dưới đây là sơ đồ của hệ thống bomb nguyên tử chùm:



- Chiến lược bombs nguyên tử chùm được phát biểu như sau:

Với từng sản phẩm kinh doanh của công ty, tìm ra 5 - 7 từ khóa có lượng tìm kiếm hàng tháng nhất định trên google. Với mỗi từ khóa mua tên miền, lập ra 5 - 7 website tương ứng. Với mỗi từ khóa lại tìm những từ khóa liên quan tương ứng có lượng tìm kiếm nhất định để viết bài. Vậy nếu công ty bạn đang kinh doanh 10 mặt hàng, bạn sẽ phải có từ 50 - 70 website, và đặc biệt những website này rất dễ để seo lên top.

Trong 1 website này sẽ được trang bị như 1 quả bomb nguyên tử với những chiến lược khác nhau.

I. Phân tích từ khóa để biết lượng tìm kiếm hàng tháng từ google

Đều đầu tiên để thực hiện chiến lược này, bạn phải biết lượng tìm kiếm hàng tháng của từ khóa đó trên google là bao nhiêu.

- Để phân tích xem lượng tìm kiếm trên google, chúng tôi dùng công cụ Keyword Planner theo link sau:

https://adwords.google.com/KeywordPlanner và làm theo hướng dẫn

+ Lưu ý: Từ khóa càng dài, càng nhắm tới đúng đối tượng mục tiêu tìm kiếm, càng dễ seo. Lượng tìm kiếm tuy ít nhưng là những người thất sự đang có nhu cầu cần, càng cụ thể càng tốt.

Mỗi từ khóa trên đều có lượng tìm kiếm hàng tháng trung bình trên google nhất định. Khi bài viết này lên top đều có lượng tìm kiếm nhất định, bạn có thể viết nhiều hơn 10 bài, nhưng mỗi bài viết phải chứa từ khóa có lượng tìm kiếm nhất định trên google. Bố trí từ khóa sao tốt nhất cho seo. Chúng tôi sẽ hướng dẫn ở phần bên dưới. Tất cả bài viết trong website này khi lên top, bạn có lượng truy cập rất lớn. Với những website khác về sản phẩm của bạn, lại lấy từ khóa có độ tìm kiếm nhất định liên quan để viết bài, có rất nhiều từ khóa liên quan để bạn viết bài, những từ khóa này có lượng tìm kiếm nhất định trên google. Bạn có thể làm 10 hay hơn thế nữa thay vì 5 website như chúng tôi chọn ở trên, tùy theo năng lực công ty bạn

1. Bí mật xây dựng website vệ tinh chiến lược

A Chiến lược từ bên trong

Sau khi ta tìm được những từ khóa, mua domain cần thiết, mua hosting, chúng ta sẽ tiến hành tạo website, tuy nhiên trước khi tạo nên website, ta phải biết xây dựng website vệ tinh chiến lược đỉnh cao

Để tạo nên 1 website vệ tinh chiến lược đỉnh cao chúng ta phải xây dựng chiến lược bên trong như thế nào? Ở đây chúng tôi xem mỗi website con như là quả bomb nguyên tử,

được xây dựng những chiến lược hết sức chặt chẽ, như một ma trận khó lòng thoát khi đã vào website. Khi khách hàng đã vào website rồi thì không thể nào đi ra dễ dàng, một là mua hàng, hai là phải để lại data để chúng ta chăm sóc.

* Muốn tạo nên website vệ tinh chiến lược đỉnh cao cần phải xây dựng chiến lược bên trong như sau:

1.1 Tên miền gắn liền với sản phẩm

Với website chính, chúng tôi khuyên bạn nên dùng tên công ty bạn để gia tăng thương hiệu, không cần lấy tên sản phẩm để gắn liền với tên miền. Chiến lược này vừa gia tăng thương hiệu công ty và seo sản phẩm dễ dàng hơn.

Tới bây giờ bạn đã hiểu lý do tại sao chúng tôi khuyên bạn nên dùng tên công ty làm website chính để gia tăng thương hiệu rồi, phải không?

Với mỗi sản phẩm kinh doanh làm hệ thống website riêng nhằm bao trùm chiếm lĩnh những từ khóa tìm kiếm trên google, tới lúc này tên miền gắn liền với sản phẩm là đều cần thiết. Nó có sức ảnh hưởng rất lớn cho seo, giúp website của bạn lên top dễ dàng hơn, tận dụng mọi từ khóa tìm kiếm trên google.

1.2 Banner cho website

Chúng tôi muốn nói với bạn, việc tạo ra hệ thống website gồm 50 - 70 website con như thế này là rất mau chóng và dễ dàng, chí phí rất thấp. Bạn chỉ cần làm ra 1 website đẹp mắt rồi nhân bản chúng ra. Vì vậy Banner nên để thống nhất 1 loại, trên này nên để logo công ty, số điện thoại, tên công ty và 1 sản phẩm liên quan đang kinh doanh, với từng sản phẩm có thể banner về hình ảnh sản phẩm sẽ khác nhau.

1.3 Thân thiện với các thiết bị tìm kiếm di động

Dù là website chính hay website vệ tinh, việc thân thiện với các công cụ tìm kiếm trên di động là hết sức cần thiết. Bạn có gắng seo lên top mà website không thân thiện với công

cụ tìm kiếm cũng rất khó. Vì vậy điều cần thiết hãy tạo website thân thiện với các thiết bị tìm kiếm di động trước. Sự thân thiện như thế nào đã được chúng tôi đề cập ở phần website chính.

1.4 website phải chuyên nghiệp, nhưng đơn giản

Website vệ tinh chuyên về một sản phẩm không nên quá phức tạp, càng đơn giản càng tốt. Tuy nhiên phải thể hiện được sự chuyên nghiệp, không được quá sơ sài. Nên bố trí màu trắng – xanh, tạo banner thật sinh động, đẹp mắt để gia tăng tính chuyên nghiệp cho website.

1.5 Bài review sản phẩm hấp dẫn, dùng ngôn từ thôi miên

Đây là phần khá quan trọng của website. Khi viết bài giới thiệu sản phẩm, bạn phải nói lên được đặc tính tốt nhất của sản phẩm, giá trị mang lại cho khách hàng, khách hàng được gì khi mua sản phẩm, tại sao khách hàng nên mua sản phẩm?... Dùng những ngôn từ thôi miên hấp dẫn, dẫn dắt người đọc đi từ trạng thái này sang trạng thái khác. Về khả năng viết bài review hấp dẫn, bạn có thể nâng cao khả năng ngôn từ của mình bằng cách đọc những cuốn sách sau:

- Thôi miên ngôn từ

- Trạng thái mua hàng

- Nghệ thuật viết quảng cáo

- Tử huyệt cảm xúc

....

Tăng vốn từ, khả năng viết bài review về sản phẩm sẽ tốt hơn.

1.6. Tích hợp phần nhận xét vào website

Ở đây, chúng tôi hướng các bạn làm website bán hàng bằng wordpress để nhân bản cho nhanh. Vì vậy, bạn có thể tích hợp Plugin comment facebook vào website.

Những lời nhận xét tốt về sản phẩm sẽ tạo độ tin cậy cao cho khách hàng mới khi vào websit. Hãy khuyến khích mọi người nhận xét, nói tốt cho sản phẩm của bạn thật nhiều. Hãy tặng cho những người nhận xét tốt ấy những món quà có giá trị để khuyến khích cũng như cảm ơn họ. Hoặc bạn cũng có thể dùng hình thức tích lũy điểm để nhận giảm giá mua hàng lần sau…

1.7 Thêm nút like và g+ vào website

Thay vì website chính, bạn thêm kênh youtube và trang fanpage vào website thì với mỗi website vệ tinh, bạn gắn nút G+ và like fanpage, mục đích giúp bạn tăng like cho fanpage lên và tăng vòng kết nối g+.

Một đều hết sức thú vị là nút g+, khi ai đó click vào nút g+ này, tức họ trong vòng kết nối của bạn. Khi bạn post bài viết nào lên website, người này tìm kiếm thông tin có liên quan tới bài bạn viết mà họ đang đăng nhập gmail thì google sẽ ưu tiên xuất hiện bài viết này cho người tìm kiếm.

Việc tăng g+ là hết sức cần thiết, tăng càng nhiều càng tốt, khuyến khích khách hàng click vào g+ . Một ưu đãi gì đấy sẽ kích thích mọi người tự động click.

1.8 Tạo video cho mỗi sản phẩm

Với mỗi sản phẩm, với mỗi website, bạn nên làm 1 video giới thiệu nêu lên những đặc tính tốt nhất giúp khách hàng giải quyết vấn đề nào đó. Ngoài mục đích thêm vào bài review, bạn còn dùng để seo trên youtube, để tăng truy cập vào website, tạo backlink đến website.

Một video sinh động hấp dẫn sẽ có tính thuyết phục khách hàng hơn. Nhiều khi họ lười đọc bài viết thì xem video là giải pháp tuyệt vời. Hãy dùng lời lẽ thôi miên để thu hút khách hàng.

Video sẽ sinh động trực quan hơn có tính thuyết phục cao hơn.

1.9 Bố trí từ khóa logic tự nhiên

Mỗi website nên bố trì từ khóa một cách logic hợp lý, tự nhiên. Không nên cố gắng nhồi nhét quá nhiều từ khóa sẽ bị google cho là spam, ngay cả trong bài viết cũng thế.

B: Tăng tỷ lệ chuyển đổi website và xây list data thần tốc

1 Tăng tỷ lệ chuyển đổi trong hệ thống website

Chỉ có 2% tỉ lệ khách hàng vào website của bạn ra quyết định mua hàng. Cho dù bạn cố gắng dùng mọi biện pháp để hướng người truy cập vào website mà chỉ có 2% mua hàng, còn lại 98% vào rồi lại ra không để lại thông tin gì thì đây là một thất thoát rất lớn. Trong cuốn sách này, chúng tôi sẽ cho bạn biết cách làm thế nào để tăng tỉ lệ chuyển đổi website lên 10 - 15% và thậm chí nhiều hơn thế nữa. Nếu bạn vận dụng tốt ở list data khách hàng, tỷ lệ chuyển đổi lên 30 - 40% là có thể.

Để tăng tỷ lệ chuyền đổi lên 10 - 15% ngay khi khách hàng vào website, bạn phải tuân theo những điều sau đây:

+ Phải tươi cười chào đón khách hàng khi họ vào website. Bạn có thể xem lại phần 11 đã được nhắc ở website chính.

+ Luôn có người trực website, kịp thời trả lời bất kỳ thắc mắc của khách hàng.

+ Chủ động bắt chuyện chào hỏi họ khi vào website.

+ Hình ảnh sản phẩm phải thật chuyện nghiệp, đẹp mắt.

+ Tạo ra video trước và sau khi sử dụng sản phẩm dịch vụ.

+ Trước khi chưa sử dụng thì thế nào? và sau khi đã xử dụng hiệu quả ra sao? Hãy so sách những khác biệt về sự thay đổi, để minh chứng cho chất lượng sản phẩm, dịch vụ.

+ Kêu gọi hành động mạnh mẽ như mua ngay bây giờ để nhận giảm giá 20%, 30% gì đó. Nếu bạn quyết định mua ngay, bây giờ sẽ được giảm giá hay tặng gì đó có giá trị, đặt ra mốc thời gian nào đấy, nếu không mua sẽ hết hạn…

+ Bảo hành mạnh tay: Để khẳng định chất lượng sản phẩm, bạn phải bảo hành thật mạnh tay như: 15 ngày dùng hàng miễn phí, không hài lòng đổi trả hàng, 30 ngày hoàn tiền nếu không hài lòng…

Có thể bạn chơi mạnh tay hơn nữa bằng câu sau:

Không hài lòng sẽ hoàn tiền 100% hay 30 ngày đổi lại sản phẩm nếu bị lỗi; Hoàn tiền 150% nếu sản phẩm không hiệu quả, không tốt..

Đây là câu nói nói rất mạnh mẽ, với mục đích làm cho khách hàng hài lòng ngoài mức mong đợi. Phải đánh tan mọi nghi , thắc mắc về sản phẩm của bạn, tạo niềm tin tuyệt đối về sản phẩm, giúp ra quyết định mua hàng mau nhất. Không ai mang sản phẩm về sử dụng hài lòng lại muốn đổi trả hàng, trừ khi sản phẩm của bạn không tốt. Hãy khẳng định chất lượng sản phẩm bằng bảo hành mạnh tay.

+ Gia tăng nhận xét về sản phẩm:

Một loạt nhận xét đánh giá tốt của khách hàng đã sử dụng sản phẩm, dịch vụ của bạn là bằng chứng tốt nhất tác động mạnh mẽ lên khách hàng. Vì vậy hãy khuyến khích mọi người đánh giá, nhận xét về sản phẩm, đặc biệt là đánh giá của những người có ảnh hưởng, những người nổi tiếng là tốt nhất.

Khuyến khích mọi người nhận xét về sản phẩm dịch vụ của bạn, đặc biệt với người có tên tuổi, có ảnh hưởng. Bạn có thể là sử dụng các phương pháp như: Miễn phí dùng thử sản phẩm, tặng phiếu giảm giá, tích lũy điểm mua hàng, hay thẻ hội viên....

2 .Chiến lược giữ chân khách hàng đỉnh cao

Đây là chiến lược nguy hiểm nhất, khách hàng không thể thoát được khi đã vào website bằng chiến lược này.

Chiến lược này, bạn có thể giúp bán hàng và tăng list data khách hàng một cách thần tốc. Chiến lược này được miêu tả như sau:

Khi khách hàng vào website của bạn theo bất kỳ từ khóa nào, họ đang đọc bài viết đấy. Vì lý do gì đó họ muốn thoát ra thì ngay khi họ muốn thoát ra sẽ có một popup nhỏ hiện lên thông báo cho họ biết nếu ra quyết định mua sản phẩm đó ngay bây giờ sẽ nhận giảm giá đặc biệt bao nhiêu phần trăm đấy; Hay nếu mua ngay bây giờ sẽ được tặng gì đấy; Hoặc mua ngay bây giờ sẽ nhận được mức giá ưu đãi bất ngờ… hay bất cứ gì có giá trị, tác động mạnh mẽ đến khách hàng, thôi thúc họ phải mua ngay. Hãy chỉ cho khách hàng thấy nếu họ quyết định thoát đi sẽ không nhận được giá ưu đãi thế này, rằng khách hàng là người may mắn nhất hôm nay nếu mua ngay hay đặt hàng ngay bây giờ sẽ nhận giá ưu đãi cực sốc gì đó....

Khi họ đồng ý ở lại để ra quyết định mua, hãy dẫn họ tới trang giảm giá, hay nhận món quà… để họ đặt hàng...

Toàn bộ quá trình này sẽ được chúng tôi nói kỹ hơn ở chiến lược xây dựng list data khách hàng thần tốc.

+ Thông tin liên hệ dễ dàng

Đây cũng là vấn đề hết sức quan trọng, bạn làm mọi thứ đến khi khách hàng ra quyết định mua hàng mà không thấy thông tin liên hệ không thuận lợi thì quả đáng tiếc, ngay

trên banner phải có số liên hệ, trong trong bài viết giới thiệu sản phẩm phải để số điện thoại liên lạc và gmail.

+ Tích hợp hình thức thanh toán nhanh chóng

Nên tích hợp những hình thức thanh toán online giúp giao dịch nhanh hơn như: Ngân lượng, bảo kim, paypal, tài khoản ngân hàng, internet banking, thẻ ATM, thẻ cào... sẽ thúc đẩy quy trình thanh toán mau hơn.

Sau khi khách hàng thanh toán xong, nhất thiết cần có SMS gửi lời cảm ơn, xác nhận giao dịch thành công và nhanh chóng giao hàng cho khách hàng. Hãy làm hài lòng khách hàng, phục vụ họ ngoài sức tưởng tượng, bạn luôn là người chiến thắng!

3 Chiến lược xây dựng list data khách hàng thần tốc

Lấy bằng Pop-up on Exit

Xuyên suốt của cuốn sách này chủ yếu giúp bạn tăng tỷ lệ chuyển đổi khi khách hàng truy cập vào website lên 10 - 15%, xây dựng list data khách hàng tiềm năng thần tốc, chiến lược chăm sóc tự động hóa, và những chiến lược phát triển gia tăng đơn hàng.

Xây dựng list data khách hàng thần tốc là vấn đề quan trọng nhất chúng tôi muốn đề cập trong cuốn sách này. Công ty bạn càng nhiều khách hàng tiềm năng thì càng phát triển. Hãy chú trọng phát triển danh sách khách hàng tiềm năng càng lớn mạnh càng tốt.

Trong phần này, chúng tôi sẽ phân tích kỹ càng để các bạn biết cách tạo ra danh sách khách hàng tiền năng nhanh chóng nhất.

Như đã đề cập ở phần trên, việc tạo ra website vệ tinh bằng wordpress rất dễ dàng, dễ sử dụng, có thể nhân bản nhanh chóng, sử dụng chiến lược bán hàng và lấy list data bằng plugin popup có sẵn...

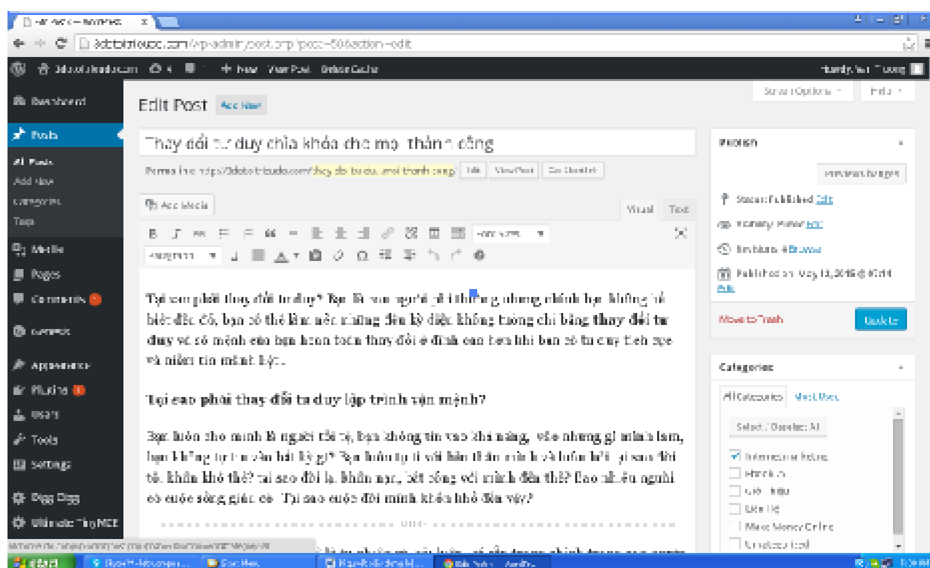
Để tạo ra website bằng wordpress không khó, bạn có thể học làm hoặc thuê đơn vị nào đó làm. Ở đây, chúng tôi sẽ demo cho bạn thấy xây dựng 1 website làm bằng wordpress để bán hàng và xây dựng data khách hàng như thế nào?

- Hình website demo:



Khi tạo website xong, bạn nên viết khoảng 5 - 7 bài viết để dễ seo, nhìn website chuyên nghiệp hơn. Bây giờ, bạn login vào phần quản trị, cài đặt thêm 1 plugin Pinoy Pop-up on Exit , plugin này có sẵn trong, bạn vào search tên plugin này sẽ có.

Khi cài đặt xong plugin vào, bạn tiến hành viết bài review sản phẩm, bên dưới là hình bài viết đại diện.



Kéo xuống phía dưới bạn sẽ thấy phần Plugin đã cài đặt như sau:



Redirect URL: Là link sẽ dẫn tới khi khách hàng vào website vì lý do nào đó muốn rời khỏi website.

Alert Box Message: Nội dung thông tin bạn muốn truyền tới khách hàng khi họ muốn thoát khỏi website.

Trang quà tặng này có thể là 1 page trong wordpress. Tuy nhiên với page wordpress thì bạn phải gắn From để lấy địa chỉ email vào, (vì mục đích của tặng quà này để lấy thông tin khách hàng), vì vậy chúng tôi khuyên bạn nên dùng trang landing page có sẵn trong Email marketing, có rất nhiều templates đẹp mắt chuyên nghiệp để bạn trình bày.

Lúc này, khách hàng muốn được tặng món quà đặc biệt đó thì điền thông tin bao: Họ tên, email, số điện thoại.

- Lưu ý: Không nên bắt khách hàng điền quá nhiều thông tin, chỉ cần 3 thông tin như trên là đủ.

Với mỗi bài viết, bạn có thể đặt link quà tặng và nội dung như nhau. Khi khách hàng vào website đọc bất kỳ bài viết nào trên trang mà muốn thoát ra đều bị điều hướng qua phần nhận quà tặng để lấy data.

Trang tặng quà là dạng landing page phải chuyên nghiệp đẹp mắt, hình ảnh quà tặng phải thiết kế chuyên nghiệp, khi tạo trang landing page phải chọn templates phù hợp, quà tặng phải hấp dẫn có gí trị, hãy nói lên được giá trị của quà tặng.

Với mỗi sản phẩm khác nhau, bạn biến thể nội dung và link khác nhau để hướng tới khách hàng có nhu cầu, để lấy thông tin data tốt nhất.

1.1 . Đưa thông tin lên facebook

Dùng một sản phẩm gì đó có giá trị, có thể là ebook hướng dẫn về điều gì đó có giá trị liên quan tới sản phẩm, dịch vụ của bạn, đăng lên facebook như món quà miễn phí, để nhận ebook thì điền thông tin như tên, email, số điện thoại... Hãy tạo trang landing page đưa link cho mọi người đăng ký để nhận ebook. Nhấn mạnh giá trị món quà sẽ mang lại.

Một món quà tốt có giá trị sẽ thu hút nhiều người. Ai cũng muốn đều gì đó free đặc biệt khi họ có nhu cầu. Facebook có tính lan truyền rất mạnh, hãy tận dụng như công cụ để tạo data khách hàng tiềm năng.

1.2 Khóa học ngắn miễn phí

Hãy tổ chức khóa học ngắn miễn phí, có giá trị sẽ tạo danh sách khách hàng tiềm năng rất lớn.

1.3 . Tận dụng sức mạng Youtube marketing

Youtube là kênh quảng bá rất hiệu quả để lan truyền sản phẩm, hãy để link đăng ký nhận món quà miễn phí trên mỗi video.

Sử dụng Pop-up on Exit bán hàng

Pop-up on Exit là plugin rất lợi hại để đều hướng khách hàng ra quyết định mua hàng ngay trên website.

- Lưu ý: Tùy vào từng bài viết khác nhau mà bạn muốn đều hướng khách hàng vào lấy email hay bán hàng. Những popup để lấy data khách hàng nên là landing page và những bài viết muốn đều hướng bán hàng ngay thì nên lập là page trong wordpress.

Dùng một bài viết chính nói về sản phẩm để đều hướng tới page bán hàng ngay còn những bài viết từ khóa liên quan hướng tới lấy data.

Ví dụ thực tế:

Về sử dụng pop up exit để lấy data khách hàng bạn làm tương tự như hướng dẫn phía trên.

Bây giờ, chúng tôi sẽ minh họa phần tạo page trên wordpress bán hàng để đều hướng khách hàng khi muốn thoát khỏi trang.

1. Tạo trang nhận giảm giá

Để tạo page, đăng nhập vào phần quản trị website

Bên tay trái chọn pages->add new

Giao diện viết Page giống như Post soạn thảo bình thường, tạo ra nội dung ưu đãi hấp dẫn, nêu lên được sự thôi thúc, nếu bạn đặt hàng ngay bây giờ sẽ nhận giá ưu đãi này, quyết định đặt hàng ngay sẽ nhận ưu đãi hấp dẫn kia, cơ hội chỉ có bây giờ, khi thoát đi

sẽ không còn cơ hội... Cuối bài để from kêu gọi hành động mạnh mẽ, đặt hàng ngay, nhận giảm giá ngay....

Ngoài món quà ưu đãi là giảm giá 50%, bạn có thể tặng quà kèm theo khi mua, hay mua combo 2, 3 sản phẩm thì giá rẻ hơn...

- Chú ý: From để người đăng ký đặt hàng này nên là form riêng, hệ thống riêng tiện theo dõi, chúng tôi sẽ giải tích rõ hơn phần tiếp theo.

Chiến lược tăng chuyển đổi website lên 10%

Như ở trên chúng tôi có đề cập tới những chiến lược giúp tăng chuyển đổi mua hàng trên website lên 10 - 15%. Tiếp theo, chúng tôi sẽ đề cập thêm ở phần popup này:

Redirect URL: Chúng tôi sẽ đặt vào đây link page wordpress.

Tại Alert Box Message chúng tôi viết như sau: Ưu đãi cực sốc dành cho bạn!

Cảm ơn bạn đã ghé thăm website. Nếu bạn quyết định đặt hàng ngay bây giờ, bạn sẽ được giảm giá 30%, chỉ ngay bây giờ. Click "Ở lại trang này" để nhận giảm giá đặc biệt này.

Khi khách hàng Click "ở lại trang này" sẽ được dẫn đến trang điền thông tin để nhận giảm giá.

Tại trang này, bạn phải tạo danh sách khách hàng riêng để tiện theo dõi ai đặt hàng mà kịp thời liện hệ. Tạo chiến dịch riêng, dùng Form đăng ký riêng để tiện theo dõi. Email marketing làm việc này dễ dàng, chúng tôi sẽ hướng dẫn bạn sau.

Tại Alert Box Message, bạn có thể biến thể nhiều thông tin khác nhau để thúc đẩy việc ra quyết định mua hàng ngay trên website. Có thể nhận giảm giá bao nhiêu %; Có thể nhận giá sốc cụ thể nhất định; Có thể tăng món quà đặc biệt giá trị; Có thể nếu mua ngay sẽ tặng thêm gì đó có giá trị... Bạn phải nghĩ ra những gì đủ hấp dẫn để khách hàng phải ra

quyết định đặt hàng liền. Hãy nhấn mạnh nếu không mua lúc này, bạn sẽ không còn cơ hội nhận quà tặng hấp dẫn hay giảm giá gì đó…

Khi Khách hàng click "ở lại trang này" và được dẫn tới page ra hành động bằng điền date gồm tên, email, số điện (phân ra chiến dịch riêng tiện theo dõi), bạn sẽ vừa lấy được data, vừa có đơn hàng. Nhưng khi qua page này mà vì lý do gì đó khách hàng không đặt hàng và muốn thoát ra, bạn lại điều hướng khách hàng qua trang quà tặng hấp dẫn có giá trị để lấy data.

Khi bạn cài đặt plugin Pop-up exit thì page và post đều có chức năng như nhau, đề phòng khách hàng không mua tại Redirect URL và Alert Box Message của page thì tiếp tục điều hướng khách hàng và trang đều hướng cuối cùng lấy email là landing page của email marketing.

Với chiến lược này, bạn vừa có thể bàn hàng ngay trên website, tăng tỷ lệ chuyển đổi, vừa lấy data khách hàng tiền năng. Bạn hãy tận dụng mọi truy cập vào website, không để lãng phí bất kỳ khách hàng nào. Không bán hàng được ngay hãy chăm sóc họ, quan tâm, tạo niềm tin, hỏi thăm họ thường xuyên bằng hệ thống chăm sóc tự động hoàn toàn. Chúng tôi sẽ đề cập vấn đề này ở phần tiếp theo.

Bằng hệ thống website vệ tinh con dày đặc, bao trùm mọi từ khóa tìm kiếm trên google, sẽ có lượng truy cập rất lớn và mỗi website con được trang bị những chiến lược như trên sẽ làm tăng tỉ lệ chuyển đổi trên website lên rất cao và danh sách khách hàng tiềm năng sẽ tăng thần tốc.

Sơ đồ minh họa:



B: Chiến lược từ bên ngoài

Những chiến lược bên trong hết sức quan trọng, với 2 mục đích chính là xây dựng list data khách hàng thần tốc và tăng tỷ lệ bán hàng ngay trên website.

Chiến lược từ bên ngoài sẽ giải quyết vấn đề truy cập tới website. Khi bạn tạo nên hàng chục, hàng trăm website mà không giới thiệu cũng không ai biết, nhiều website mà lượng truy cập không có thì cũng như không. Chiến lược từ bên ngoài sẻ hỗ trợ đắc lực cho chiến lược bên trong, đưa lượng truy cập lớn tới website vệ tinh.

Một đều hết sức chú ý khi bạn nghiên cứu từ khóa là nên chọn những từ khóa có lượng tìm kiếm thấp, ít cạnh tranh sẽ dễ dàng seo. Từ khóa càng cụ thể càng tốt. Đánh vào nhu cầu khách hàng tiềm kiếm, thường là những từ khóa dài.

Bạn có thể tìm từ khóa mua domain khoảng 500 - 1000 tìm kiếm tháng. Tuy nhiên với những từ khóa liên quan viết bài càng cụ thể, ít cạnh tranh càng sẽ lên top, có thể là 70,100 hay 150... Những từ khóa này thậm chí bạn tối ưu hóa seo onpage tốt bằng 1 vài backlink đã lên top.

. **Xác minh và khai báo website với công cụ web smater tool**

Khi tạo xong website bạn phải xác minh và khai báo với google về sự có mặt website bạn, giúp cho website bạn mau index trên công cụ tìm kiếm google.

Bằng công cụ web smaret tool bạn có thể theo dõi lượng truy cập, click của website, và theo dõi có sự cố gì xảy ra không. Nếu có sự cố gì công cụ này sẽ báo, để kịp thời khắc phục.

- Tối ưu hóa website

Phần tối ưu hóa seo cho website khá quan trọng để website rank top.

Trong phần này bạn chú ý tới 3 phần

Title (thẻ tiêu đề)

Description (mô tả)

Keywords (từ khóa)

Ví dụ: Chúng tôi có trang web tháo lắp điều hòa, chúng tôi sẽ tối ưu 3 thẻ này như sau:

Title: THÁO LẮP ĐIỀU HÒA TẠI HÀ NỘI UY TÍN, CHUYÊN NGHIỆP-LH: 123456789

Description: Hoa Lan chuyên cung cấp dịch vụ tháo lắp điều hòa, uy tín chuyên nghiệp. Đến với dịch vụ tháo lắp điều hòa của chúng chúng tôi quý vị hết sức hài…

Keyword: Tháo lắp đều hòa tại Hà Nội, thao lắp điều hòa, lắp đặt đều hòa, bảo dưỡng đều hòa tai ha noi, bao duong deu hoa tai ha noi'

Mỗi phần đều chứa từ khóa cần seo. Ở phần mô tả có thể nhiều hơn 2 từ khóa, phần keyword bạn tìm những từ khóa liên quan. Từ khóa cần seo nên đứng đầu, nên từ 5 - 7 keyword, không nên quá nhiều. Nên ghi từ có dấu và không dấu vì người tìm kiếm có thể gõ có dấu hay không dấu.

Youtube marketing

Youtube marketing là kênh truyền thông khá hiệu quả, tin cậy.

Chọn ra những từ khóa có lượng tìm kiếm thích hợp, mỗi từ khóa đều làm video.

Mỗi video giới thiệu ngắn ngọn khoảng 3 - 5 phút về sản phẩm, dịch vụ của bạn. Video phải nói lên được tính năng mạnh nhất của sản phẩm, lợi ích khách hàng nhận được là gì? Tại sao khách hàng nên mua sản phẩm dịch vụ của bạn?…

Tạo ra kênh trên youtube về sản phẩm dịch vụ bạn đang kinh doanh, quá trình upload video lên sẽ có phần gồm:Mô tả, tiêu đề và thẻ keyword tương tự như phần tối ưu hóa website ở trên. Dùng công cụ keyword planner để phân tích từ khóa để tìm từ khóa liên quan.

Khuyến khích mọi người đăng ký theo dõi kênh của mình.

Khi người nào đăng ký vào kênh thì lúc xuất bản video lên youtube có cơ hội tiếp cận tới video của bạn.

Đưa đăng ký kênh vào ngay trên video xuất bản.

Phần mô tả có thể là để link dẫn tới trang đăng ký nhận quà tặng miễn phí để thu thập data khách hàng tiềm năng hay link tới website vệ tinh liên quan để tạo backlink.

Để banner nhỏ tên công ty, giới thiệu ngắn, điên thoại liên lạc phía dưới mỗi video.

Trong 24 - 48 giờ đầu tiên khi post video lên, lượng view, like , comment, lớn sẽ quyết định việc đánh giá xếp hạng video trên công cụ tìm kiếm. Khuyến khích hội viên, hay nhờ bạn bè like, video, comment.

Post lên g+

G+ được xem như mạng xã hội mới, được google khá ưu ái, post bài lên g+ để tạo backlink chất lượng cho website.

Những người click G+ của bạn sẽ được google ưu tiên đều hướng tới bài viết khi bạn xuất bạn mà họ tìm từ khóa liên quan.

Tối ưu hóa seo onpage

Tối ưu hóa seo onpage cho bài viết quan trọng là yếu tố quyết định rất lớn website của bạn lên top.

Chia sẻ bài viết lên diễn đàn uy tín có PR cao

Hãy viết một bài viết rồi post lên diễn đàn, website có liên quan tới sản phẩm dịch vụ của bạn, trỏ link về website của mình.

Những diễn đàn website có PR cao thường 7 8 9 sẽ được đánh giá rất cao. Hãy viết bài chia sẽ thật hay cho những diễn đàn, website liên quan tới sản phẩm, dịch vụ của bạn, rồi trỏ link về website, backlink chất lượng sẽ được đánh giá khá cao.

Tạo trang fanpage và Group

Facebook là mạng xã hội phát triển nhanh với tốc độ chóng mặt tại Việt Nam, hiện tại có gần 28 triệu người sử dụng và tiếp tục tăng trưởng trong những năm sắp tới.

Facebook có tính kết nối và lan truyền rất mạnh mẽ. Hãy tạo trang fanpage để chia sẻ những thông tin hữu ích về sản phẩm, dịch vụ tới cộng đồng. Một sản phẩm tốt sẽ được chia sẻ lan truyền mạnh mẽ.

Sử dụng facebook để xây dựng hình ảnh thương hiệu công ty rất tốt.

Dùng facebook ads để tăng lượng fan của fanpage tới mức độ nhất định, tạo uy tín cho fanpage, ít nhất 5000 hay nhiều hơn càng tốt.

Theo dõi lượng tương tác của fan để đặt lịch post bài cho tốt nhất.

Tạo ra group hội viên để chia sẻ những thông tin hữu ích, ưu đãi, khuyến khích việc nào đấy, giải đáp thắc mắc của hội viên, chăm sóc họ tạo sự hài lòng cao nhất.

Có những chính sách tốt để khuyến khích hội viên tham gia tích cực và giới thiêu khách hàng tới công ty bạn.

D: Chiến lược hướng lượng truy cập khủng vào website

Facebook ads và google adword là 2 kênh chúng tôi muốn các bạn sử dụng ngay để hướng tới lượng truy cập khủng cho website.

Có rất nhiều cá nhân, doanh nghiệp dùng 2 hình thức này để chạy quảng cáo nhưng không hiêu quả, rồi bỏ qua 2 kênh marketing vô cùng hiệu quả này.

Vì sao quảng cáo với google adword hay facebook ads chưa hiệu quả?

Bạn chưa hiểu cách target nhắm đúng đối tượng mục tiêu chạy quảng cáo.

Không kiểm soát được từ khóa mang lại hiệu quả và từ khóa không hiệu quả.

Thuê một số đơn vị quảng cáo chưa tốt.

Không kiểm soát chi phối đấu giá từ khóa.

Khách hàng khi truy cập vào website rồi lại để họ đi mất vì lý do nào đấy.

Giải pháp nào cho bạn

Chúng tôi phải nói với các bạn rằng sẽ không bao giờ hiệu quả nếu cứ chạy quảng cáo tăng lượng truy cập vào website rồi lại để họ bỏ đi mất. Đấy là bạn đang lãng phí nguồn tài nguyên rất lớn, mang rất nhiều tiền vứt vào sọt rác. Để khách hàng vào website ra quyết định mua hàng liền là đều rất khó, vì vậy cuốn sách này sẽ giúp các bạn tối ưu hóa tối đa lợi nhuận. Khi bạn biết vận dụng tốt những chiến thuật trong cuốn sách này sẽ tốn rất ít cho chi phí marketing mà hiệu quả đạt được rất cao.

Để seo 1 từ khóa lên top google không phải dễ. Những từ khóa có độ cạnh tranh cao bạn phải tốn 2 - 3 tháng để seo lên top khi bạn biết seo. Nếu bạn đi thuê từ những đơn vị khác sẽ rất tốn kém, mất nhiều thời gian. Khi lên top, khách hàng vào website lại đi mất quả thật lãng phí, làm sao hiệu quả được.

Với google adword, bạn ngay lập tức bạn sẽ có ngay khách hàng tiềm năng, những người đang cần thông tin sản phẩm dịch vụ của bạn. Chỉ có những người cần tìm sản phẩm, dịch vụ đó, họ mới tìm kiếm. Ngay lúc website bạn đang nằm top 1 sẽ có lượng truy cập lớn dẫn tới website. Nếu như khi khách hàng được dẫn tới website, chúng ta chào đón, phục vụ chu đáo, tặng quà đủ thứ, giải thích, tư vấn ngay thì làm gì mà không bán được hàng. Tệ lắm thì bạn vẫn còn giữ được data khách hàng để tiếp tục chăm sóc, đào tạo, nuôi dưỡng, tạo niềm tin, sự thân thiết, nhất định sau này sẽ bán hàng cho họ được.

Mình tìm mọi cách, tốn kém biết bao tiền bạc công sức không thể để khách hàng vào rồi lại đi mất. Như vậy là không được, phải giữ họ lại, đấy là những khách hàng tiềm năng. Những chiến thuật nêu trên sẽ giúp bạn thực hiện điều này.

Hãy sử dụng facebook ads và google adword để làm tăng cường truy cập tới webite nhanh nhất. Hãy tạo ra những chiến dịch riêng khác nhau để đo lường.

Khách hàng khi tới website bạn lần đầu tiên khả năng ra quyết định mua hàng là rất thấp, vì vậy 1 ưu đãi gì đấy như quà tặng có giá trị sẽ là phương pháp tốt nhất để lấy thông tin của họ.

Muốn xây dựng danh sách khách hàng tiềm năng thần tốc, bạn hãy khai thác tối đa google adword va facebook ads.

Hãy tự mình tìm hiểu trải nghiệm chạy quảng cáo, để phân tích theo dõi từ khóa nào hiệu quả, từ khóa nào không, hạn chế thuê dịch vụ.

Chạy quảng cáo với facebook ads hay google adword khá dễ dàng. Chỉ cần thẻ visa tại AVB hay Vietcombank, bạn có thể thực hiện thiết lập chạy quảng cáo.

Chỉ cần bỏ ra 1 ngày tìm hiểu, trên google chia sẻ rất nhiều, bạn sẽ biết cách để chạy thế nào?

Mục đích của chạy quảng cáo là đều lớn nhất ở cuốn sách này. Chúng tôi muốn giúp bạn xây dựng danh sách khách hàng tiềm năng khổng lồ. List date càng lớn, công ty bạn càng phát triển

Mau nhất, hiệu quả nhất là google adword. Chưa bao giờ việc tiếp cận khách hàng tiềm năng với bạn lại dễ dàng như vậy!

Với hình thức marketing khác với các hình thức nêu trên, cần có thời gian nhất định để bạn tìm hiểu thêm.

Tóm lại:

Hãy tận dụng hai hình thức quảng cáo google adword và facebook ads hiệu quả nhất để mang lại lượng khách hàng tiềm năng nhanh chóng xây dựng list khách hàng tiềm năng.

Sử dụng những phương thức marketing khác nhau để tận dụng tối đa, tăng lượng traffic tới website. Giữ họ lại để chuyển qua chế độ chăm sóc tự động.

Công việc của bạn tiếp theo làm sao chăm sóc, tạo mối quan hệ thân thiết. Khi niềm tin đủ lớn, họ sẽ là những khách hàng trung thành của công ty bạn.

Sơ đồ bên ngoài minh họa:



Tiếp theo, chúng tôi sẽ hướng dẫn bạn cách chăm sóc khách hàng trong list data bằng công cụ rất mạnh hiện nay là Email marketing. Khi bạn có danh sách data lên chục ngàn hay trăm ngàn thì bạn không thể nào chăm sóc thủ công được. Email marketing là lựa chọn hoàn hảo nhất bởi mọi quy trình trong đó đều hoàn toàn tự động.

E .Chiến lược Email marketing tự động hóa kinh doanh doanh nghiệp

Thử tưởng tượng ngay cả khi bạn đi chơi, du lịch đây đó mà công việc kinh doanh của bạn vẫn diễn ra và nó được setup chạy hoàn toàn tự động. Từ tìm kiếm khách hàng tiềm năng, chăm sóc khách hàng, tư vấn, bán hàng, markeitng.. đều hoàn toàn tự động thì thật là tuyệt vời, đúng không nào?

Trong cuốn sách này, chúng tôi sẽ tiết lộ toàn bộ và hướng dẫn chi tiết nhất để bạn thực hiện điều này.

Công việc kinh doanh của bạn sẽ trở nên đơn giản và dễ dàng hơn nếu bạn set up tất cả những khâu có thể trong công ty bạn vận hành theo hình thức tự động.

Xuyên suốt quá trình trên chúng tôi luôn hướng các bạn phải xây dựng list data khách hàng tiềm năng. Trong phần này, chúng tôi sẽ hướng dẫn các bạn cách làm sao để xây dựng, chăm sóc, bán hàng, tạo mối quan hệ khách hàng hoàn toàn tự động. Những chiến lược để bán hàng hiệu quả. Để thực hiện những đều trên, ta sử dụng công cụ rất mạnh tạo tự động hóa hoàn toàn là Email marketing.

Hiện tại chưa có nhiều công ty tại Việt Nam nhận thức được sức mạnh to lớn của email marketing. Trong cuốn sách này chúng tôi sẽ nói chi tiết để các bạn biết sức mạnh của email marketing, vận dụng chiến thuật thế nào hiệu quả. Chúng tôi đánh giá rất cao email marketing. Đây cũng là phần xương sống xuyên suốt của cuốn sách này. Bạn sẽ nhận biết được tầm quan trọng tuyệt vời của Email marketing. Nó được ví như là bombs nguyên tử bây giờ, một khi kích hoạt thì không gì có thể đỡ nổi.

Nếu sử dụng email marketing chỉ đơn thuần là gửi thư thì bạn chưa hiểu hết, chưa vận dụng hết sức mạnh tầm quan trọng của Email marketing.

Bạn sẽ hoàn toàn thay đổi và doanh thu sẽ tăng vọt khi bạn xem hết cuốn sách này. Đây là toàn bộ đúc kết về internet marketing của chúng tôi trong 5 năm nghiên cứu để đưa ra chiến thuật hoàn hảo nhất về kinh doanh online.

Chiến lược tự động hóa kinh doanh với email marketing của getresponse

Getresponse là nhà cung cấp dịch vụ Email marketing khá tốt hiện nay với tỉ lệ gửi thư vào inbox rất cao. Trong phần này, chúng tôi sẽ hướng dẫn bạn những chiến thuật, cách làm sao lấy data khách hàng tiềm năng, cách làm sao setup hệ thống chăm sóc tự động và những chiến lược tăng chuyển đổi khác.

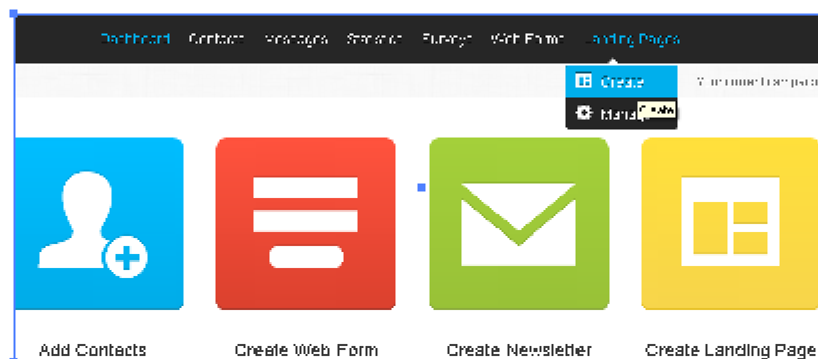
Trước hết, bạn đăng ký tài khoản free tại: http://www.getresponse.com/. Có thể đăng ký sử dụng miễn phí 30 ngày. Tuy nhiên, mình không khuyến khích dùng tài khoản free. Bạn nên nâng cấp lên tài khoản có phí 15$/tháng với gói 1000 subcriber hay hơn tùy gói.

Hãy nâng cấp gói cước khi đăng ký để sử dụng những chức năng tuyệt vời mà công cụ này mang lại.

Để đăng ký tài khoản và nâng cấp lên, chúng tôi không đề cập tới vì chúng cũng đơn giản. Chúng tôi chỉ hướng dẫn các bạn những công cụ mạnh nhất cần thiết để thực hiện chiến lược tự động hóa kinh doanh. Chúng tôi sẽ không đi chi tiết, các bạn muốn tìm hiểu chi tiết hãy tham gia khóa học Email marketing tự động hóa kinh doanh.

Landing page

Với dịch vụ của getrespone, chúng ta có thể tạo ra 1 website rất chuyên nghiệp, đẹp mắt dạng landing page với mục đích để thu thập data khách hàng tiềm năng hay giới thiệu về sản phẩm dịch vụ nào đấy. Thay vì phải tạo ra 1website mất nhiều chi phí cho hosting, domain thì việc tạo ra website dạng landing của getrespone cực kỳ chuyên nghiệp, thao tác đơn giản, chỉ là kéo thả giao diện rất nhiều thể loại.



Với getrespone, bạn có thể thêm tài khoản vào, tạo Form lấy data khách hàng nhúng vào website, tạo thư gửi liền, tạo trang landing page theo thứ tự từ trái qua phải như hình trên.

Bên trên là trang quà tặng dạng landing page dùng để lấy data khách hàng.

Web Form

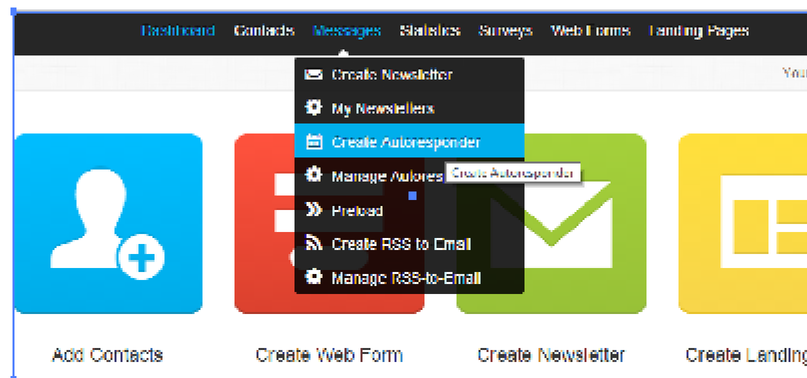
Là dạng Form đưa vào website bất kỳ để lấy data khách hàng bằng những ưu đãi hấp dẫn nào đấy. Bên dưới là 1 web Form được tạo được nhúng vào website.

1. Chiến lược tự động hóa kinh doanh thực hành

Trước hết, bạn tạo ra những chiến dịch (campaign) tương ứng với từng sản phẩm, dịch vụ. Mỗi sản phẩm là những chiến dịch riêng.

Setup hệ thống gửi thư tự động

Email marketing chuyên nghiệp luôn có chức năng setup gửi thư tự động hàng loạt. Đây là công cụ khá mạnh để chăm sóc khách hàng tự động.



Để tạo thư tự động, bạn login vào tài khoản chọn Messages -> Create autoresponder.

On day bạn để số 0 có nghĩa là khi khách hàng đăng ký vào Form để nhận quà tặng thì 1 trang cảm ơn lập tức hiện ra, đồng thời lúc này lá thư để ngày số 0 sẽ tự động gửi tới email khách hàng.

Lá thư đầu tiên là 1 đưa tới hộp thư khách hàng là tặng món quà như đã hứa.

IN : nơi bạn chọn chiến dịch (campaign).

Send message: immediately là gửi thư ngay lập tức khi khách hàng đăng ký nhận quà.

Send on: Bạn có thể chọn hết từ thứ Hai đến Chủ nhật, nhưng thường mình không chọn thứ Bảy, Chủ nhật.

Nếu đã có thư soạn sẵn, bạn chọn "choose Message", nếu chưa có, ta chọn Create new email

Message name: Tên thư để ta nhớ.

Subject: Tiêu đề là thư. Cái này rất quan trọng sẽ được chúng tôi nói rõ ở bên dưới.

Next sang phần chọn templates.

Có rất nhiều templates để bạn chọn.

Tới đây, bạn thiết kế nội dung cho lá thư đầu tiên với nội dụng phù hợp với quà tặng về sản phẩm. dịch vụ của bạn.

Bên dưới là bức thư đầu tiên chúng tôi làm ví dụ minh họa về nhận quà tặng khi ai đó lần đầu tiên đăng ký nhận quà từ chúng tôi.

Gửi bạn món quà đặc biệt chúng ta làm quen !

Bạn [[name]] thân mến !

Đây là bức thư đầu tiên tôi gửi tới các bạn chúng ta làm quen ,tôi rất muốn được học hỏi những điều tuyệt vời ,những giúp đỡ ,hỗ trợ của các bạn sẽ giúp tôi tốt hơn.
Trước tiên tôi xin phép tự giới thiệu về mình
Tôi là Lê Văn Trường, tôi hiện đang tham gia trong lĩnh vực Internet marketing, tư vấn phát triển kinh doanh online, tư vấn phát triển doanh nghiệp theo mô hình tự động hóa, tư vấn phát triển website và tạo ra nguồn thu nhập hoàn toàn tự động trên Internet

- **Tôi có hơn 5 năm trong lĩnh vực Internet marketing và kinh doanh online ,tạo nguồn thu nhập thụ động từ Internet.**
- **Tôi luôn học hỏi không ngừng nghỉ để phát triển bản thân mình , học hỏi đối với tôi là không bao giờ ngừng nghỉ.**
- **Tôi đang đi trên con đường vinh quang vì tôi có tình yêu mãnh liệt dành cho nó .**
- **Tôi sẵn sàng giúp đỡ tất cả những ai trong khả năng ,tôi luôn muốn học hỏi mọi thứ từ các bạn ,sẵn sàng chia sẻ cùng phát triển.**
- **Mục tiêu gần nhất của tôi chinh phục 1 triệu đô đầu tiên**

Rất vui được biết các bạn.
Nếu muốn nhanh hãy đi một mình
Nếu muốn đi xa hãy đi cùng đội nhóm.

Đây là lần đầu tiên cũng là lá thư đầu tiên tôi gửi đến các bạn để làm quen nên tôi sẽ có món quà đặc biệt tặng bạn.
Món quà tôi sắp tặng bạn nó rất đặc biệt, nó rất quan trọng đối với tôi, với tôi nó là vô giá nhờ nó mà tôi thay đổi hoàn toàn tư duy, và có quyết định đột phá giúp tôi đi trên con đường tự do tài chính như hôm nay. Tôi sẽ tặng lại nó các bạn hy vọng các bạn sẽ tìm ra con đường đi như tôi để đạt mức tự do tài chính.

Nhận quà ngay

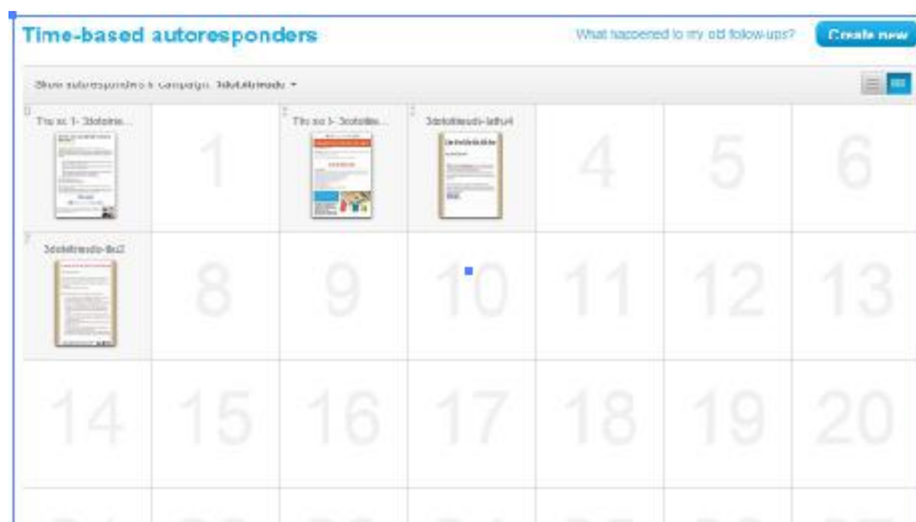


Trong này, chúng tôi giới thiệu sơ về mình, khả năng có thể, sẽ giúp được gì? Thông tin tặng quà, link tải quà tặng.

Gắn link mạng xã hội vào để tăng tính tương tác, thêm logo, websie, tên công ty để marketing tốt hơn về công ty bạn.

Khi thiết kế xong Next -> save and publish. Bây giờ, bạn đã có lá thư đầu tiên ở ngày thư số 0 như hình bên dưới. Lúc này ai đăng ký nhận quà tặng sẽ được gửi tự động đến email của người đó.

Trên hệ thống auto này có từ ngày 0 tới 365 ngày.



3 ngày tiếp theo từ ngày 1 - 3 bạn lập liên tục 3 email nữa, chia sẻ hoàn toàn FREE về thông tin sản phẩm, dịch vụ của bạn. Có thể là tư vấn gì đó, chia sẻ gì đó thật hữu ích.

Tới ngày thứ 4, bạn bắt đầu đưa ra vấn đề nào đấy và bắt đầu chào bán sản phẩm, dịch vụ của mình.

Tới ngày 7, 8, 9, bạn lại thiết lập liên tiếp 3 email chia sẻ vấn đề gì đó. Có thể hỏi thăm về vấn đề họ gặp phải, hay tư vấn gì đấy. Tới ngày 10 lại có thư chào bán sản phẩm… Cứ liên tục như vậy, càng về sau tần suất gửi email chào bán hàng dày hơn, có thể 2 chia sẻ, 2 bán hàng.

Hãy setup hệ thống này theo kịch bản định trước. Trước khi bắt đầu tạo hệ thống tự động chăm sóc khách hàng, bạn hãy suy nghĩ để tạo ra kịch bản chiến lược tiếp thị tốt nhất.

Luôn tương tác với khách hàng, hỏi thăm, động viên, tư vấn hay chia sẻ vấn đề của khách hàng để tạo niềm tin, thiện cảm, sự thân thiết, gần gũi. Tương tác không ngừng bằng hệ thống email tự động theo kịch bản dựng sẵn làm cho hình ảnh, sản phẩm của công ty bạn luôn trong tâm trí khách hàng. Khi có nhu cầu mua hàng, điều đầu tiên họ nhớ tới là sản phẩm của công ty bạn. Việc bán hàng sẽ trở nên dễ dàng hơn.

Chiến lược trong kịch bản tiếp thị email

Ví dụ:

Chúng chúng tôi đang chạy chiến lược tiếp thị các khóa học online cho người thích kinh doanh trên mạng

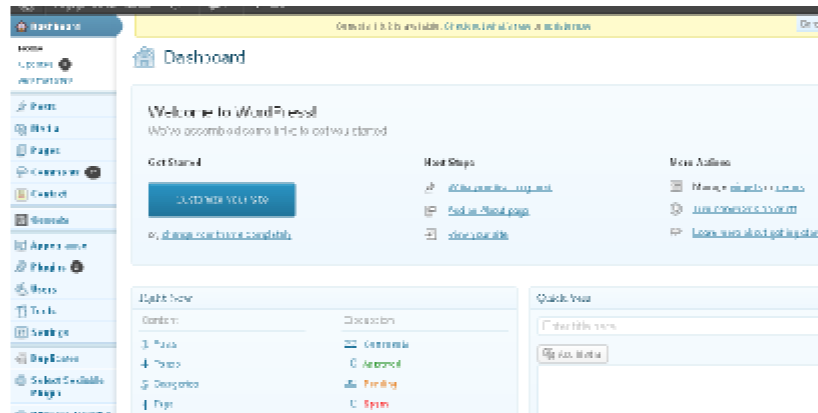
Tuyệt chiêu 3: Nhân bản website hàng loạt nhanh chóng

Trong chiến lược bombs nguyên tử chùm bao gồm rất nhiều những hệ thống website vệ tinh, nếu bạn bỏ tiền ra đi thuê làm những hệ thống website này thì sẽ hết sức tốn kém và khó được như ý. Vì vậy trong cuốn sách này chúng tôi sẽ hướng dẫn các bạn làm website vệ tinh bằng wordpresss và nhân bản chúng ra rất nhanh chóng.

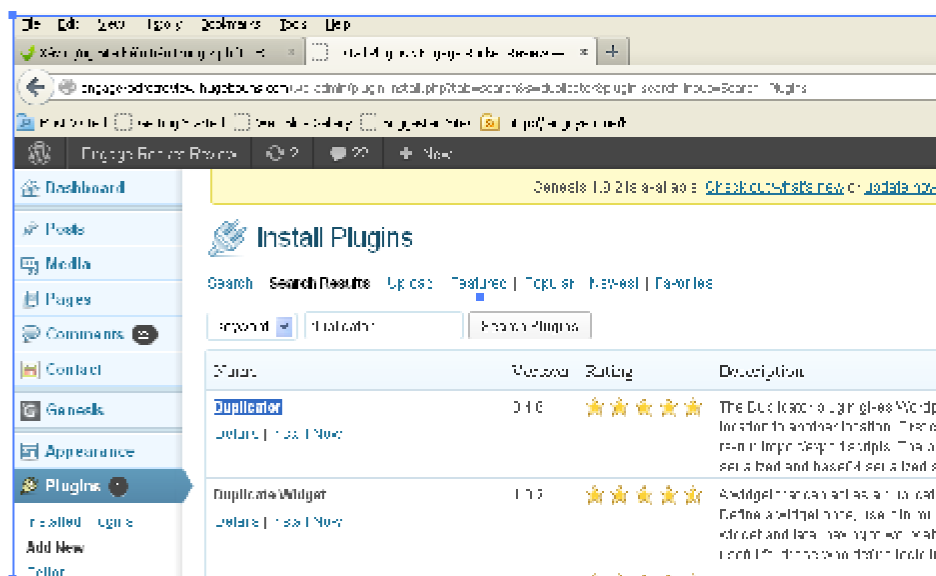
Để làm website vệ tinh đẹp mắt bằng wordpress rất đơn giản. Bạn có thể nhờ đơn vị nào làm hoặc có thể liên hệ chúng chúng tôi sẽ làm hoặc hướng dẫn bạn làm trực tiếp.

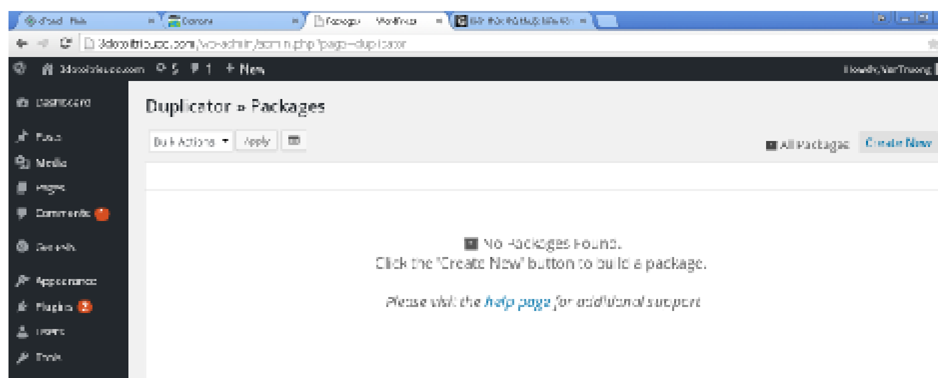
Trước hết bạn phải có một site đã được cài đặt hoàn chỉnh. Ở đây, mình ví dụ site mình đã làm cài đặt hoàn chỉnh http://ytuongkinhdoanhdocdao.com/. Phía dưới là giao diện. Để làm site mới từ site này, đầu tiên bạn vào khu vực quản trị web như site này. Bạn vào như sau: http://ytuongkinhdoanhdocdao.com/wp-admin/ -> bạn đăng nhập username và pass-> login.



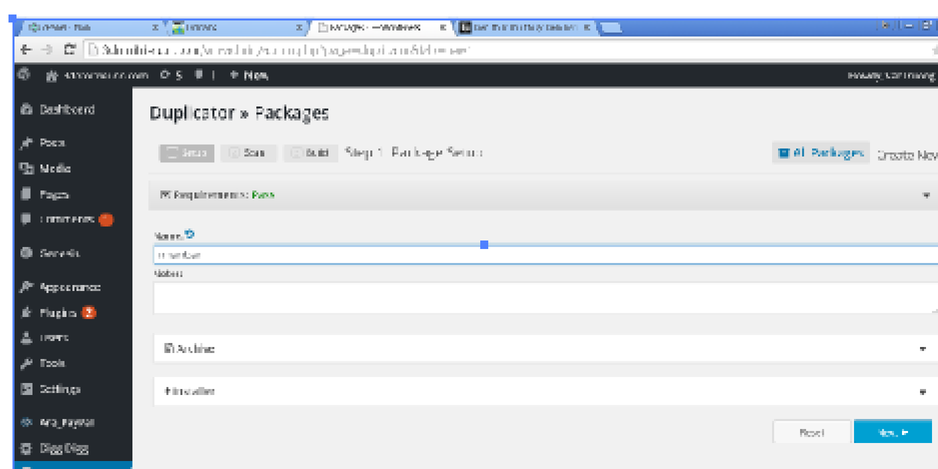


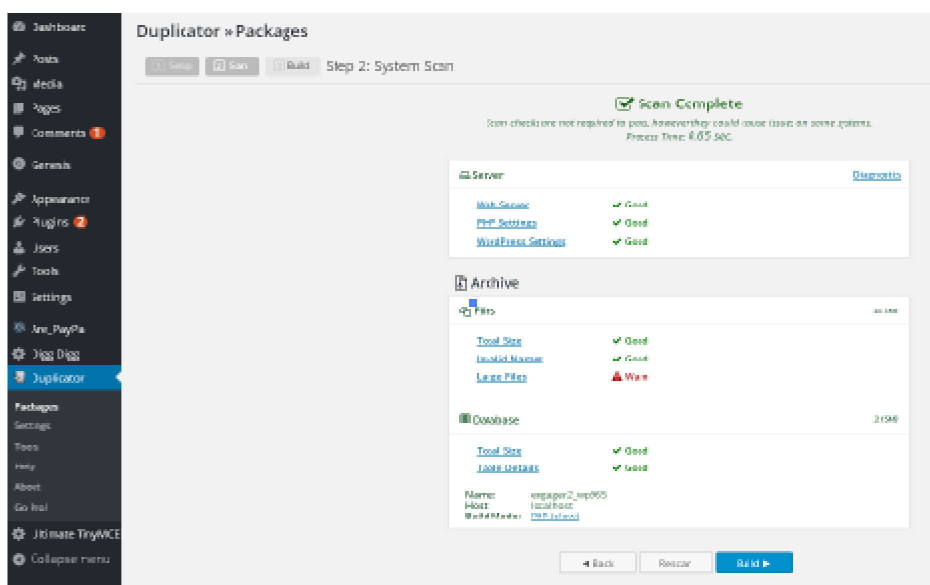
Phía trên là giao diện quản trị -> Tiếp theo bạn cài một plugin gọi là duplicator -> Bạn vào plugins -> Add new -> Tại search gõ duplicator -> Click search plug in -> Bạn thấy duplicator như hình bên dưới -> Install now -> Activatie plugin -> Bạn sẽ thấy plug in duplicator thanh bên trái -> Click vào đó.





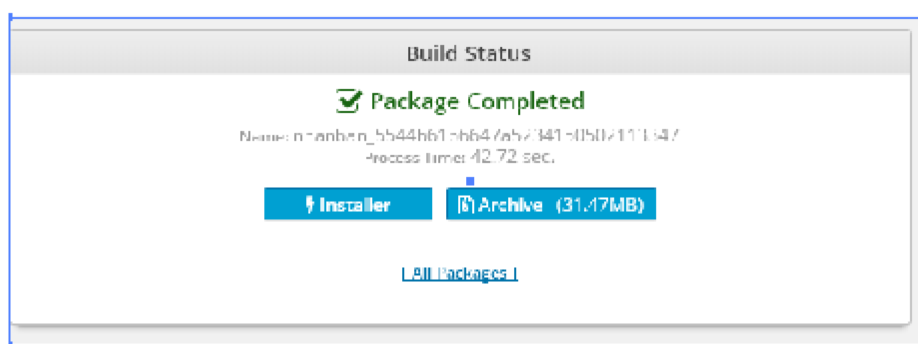
Bạn Click vào Create New -> sẽ được hình như bên dưới. Ngay tại Name, bạn đặt tên gì tùy tiếp theo bấm Next.





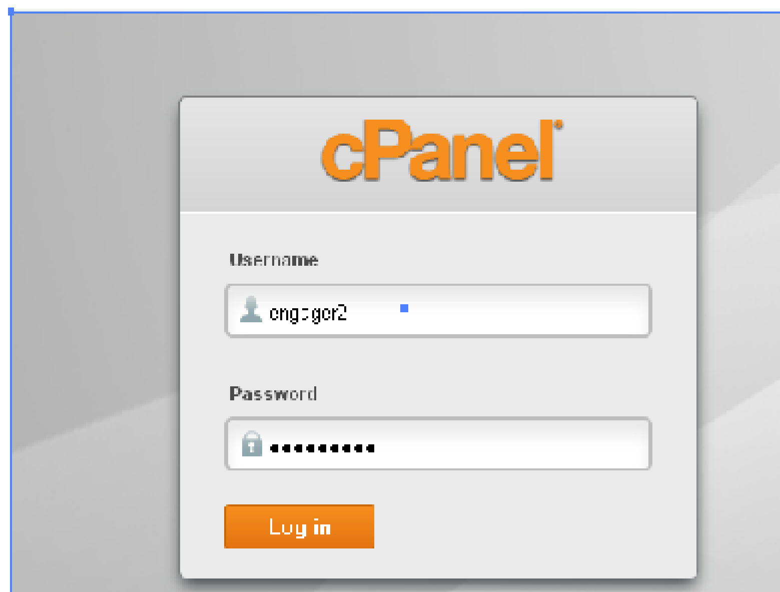
Nó sẽ được như hình bên dưới và Click vào Build

Chú ý: Warn màu đỏ là cảnh báo file quá lớn vì dung lượng hosting của mình gần hết, nhỏ hơn file mình up lên, vì vậy dung lượng hosting bạn lớn sẽ không báo lỗi này. Sẽ được như hình bên dưới:



Lúc này bạn click tải installer và Archive xuống. Tiếp theo, bạn tạo cơ sở dữ liệu bên trong hosting. Nhà cung cấp hosting và domain nào cũng gần tương tự nhau, bạn chỉ cần làm tương tự. Ở đây, chúng tôi sẽ hướng dẫn bạn làm với hosting stablehost và domain của godaddy:

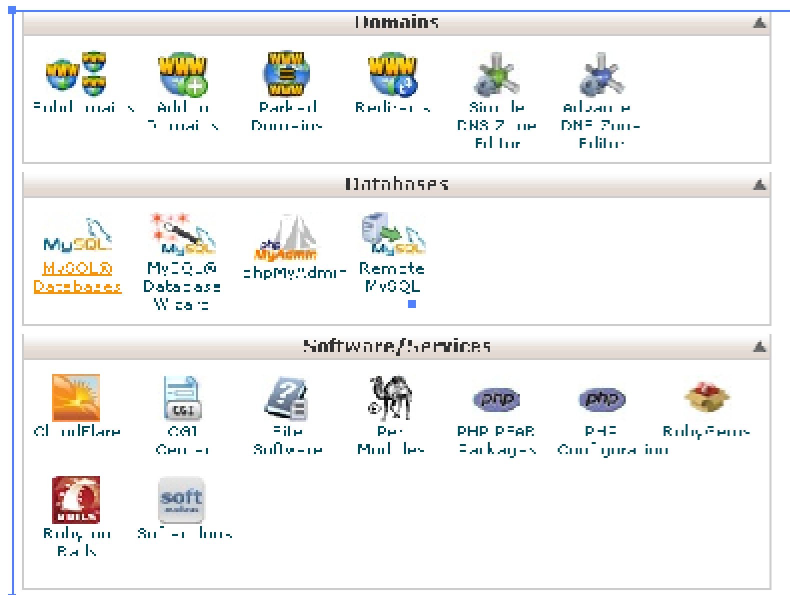
Bạn vào phần quản trị hosting tạo cơ sở dử liệu. http://cp29.stablehost.com/cpanel của hosting và bạn đăng ký stablehost như hình bên dưới -> log in





Phía trên là giao diện cPanel

Bạn vào My SQL database như hình bên dưới:



Phía trên là giao diện bạn tạo database mới -> tại create new database bạn gõ tên mới database (nơi chứa cơ sở dữ liệu của bạn), gõ tên gì tùy bạn. Ở đây mình gõ admin -> create database -> go back. Kéo xuống phía dưới tại add new users gõ tên gì tùy bạn, nhưng bạn phải nhớ database mới tạo và user này với password nữa -> creater user -> goback. Chú ý : bạn phải nhớ database mới tạo gồm User và pass

MySQL Users

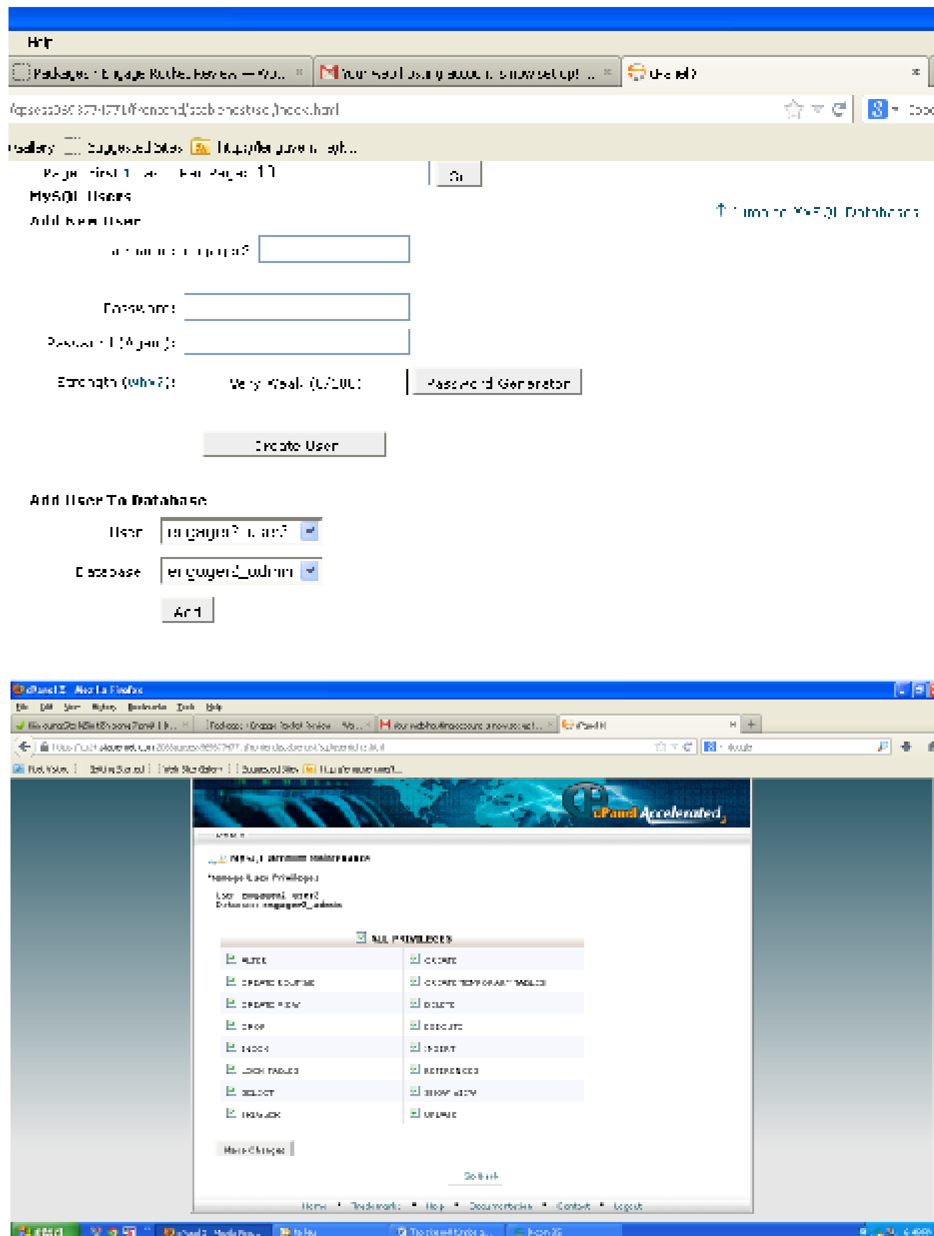
Add New User

Password:

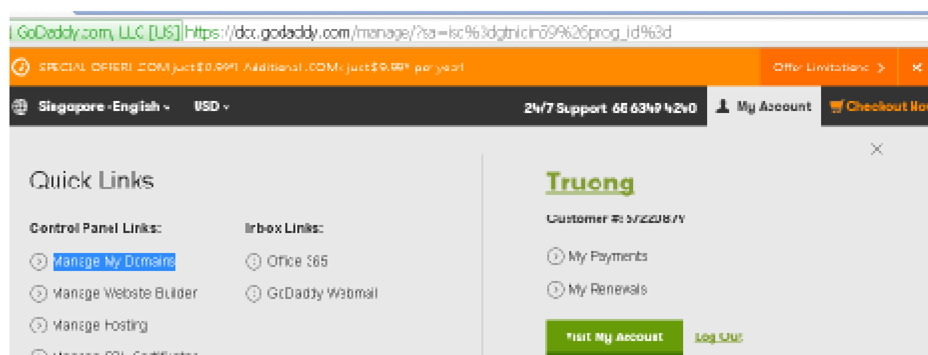
Very Strong (88/100)

Create User

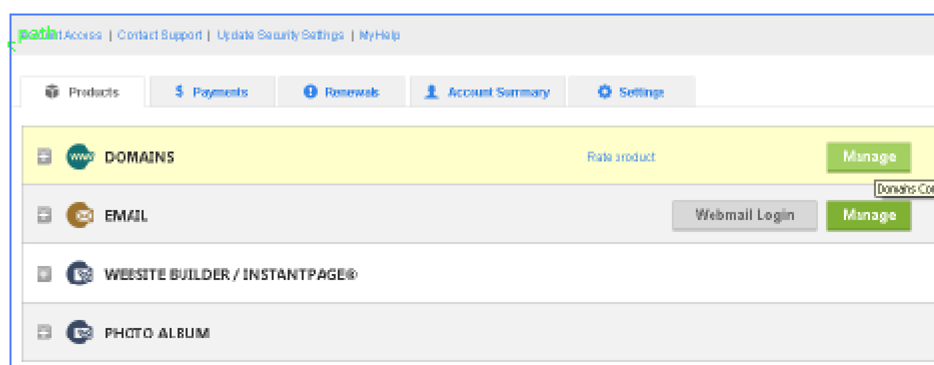
Tiếp theo kết nối user và database tại add user database chọn hai mục mới tạo -> add như hình dưới -> chọn tất cả make changes là xong.



Tiếp theo add domain vào host và trỏ DNS từ domain về hosting. Trỏ DNS từ stablehost về godaddy. Cũng đơn giản thôi, bạn đăng nhập vào tài khoản godaddy -> vào My Account.



Chọn tiếp manage ngay dòng domains như hình bên dưới:



Chọn domain cần trỏ DNS là xedien1banh.net click vào nó sẽ ra hình như bên dưới:

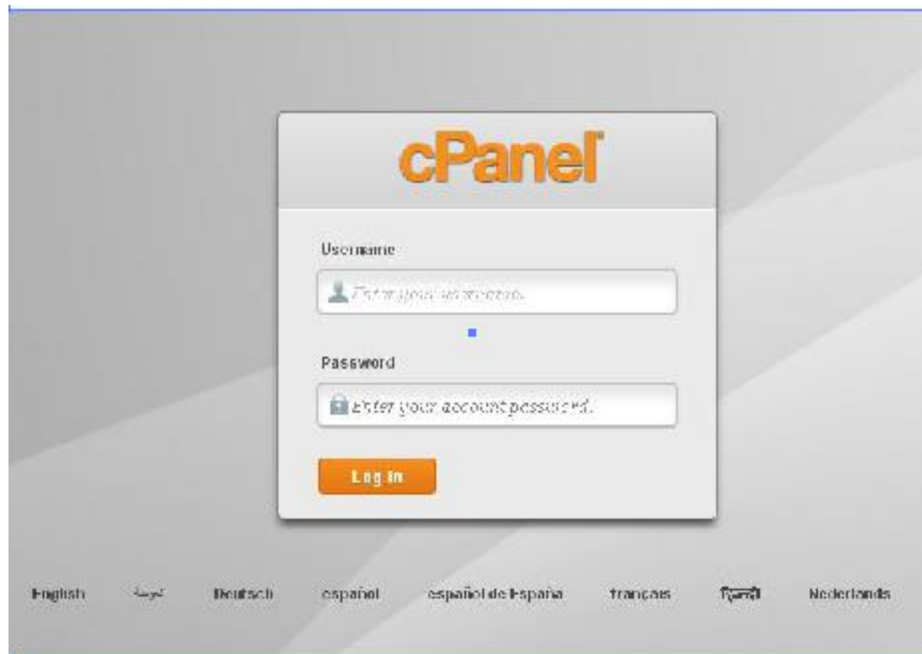


Vì hình trên chúng tôi đã app nó vào, chúng tôi sẽ lấy ví dụ minh hoa bằng hình bên dưới. Kéo xuống sẽ thấy thông tin chi tiết về domain này. Bạn để ý phần Namesevers click vào Manage -> click vào custum phía dưới sẽ hiện ra hình như bên dưới:

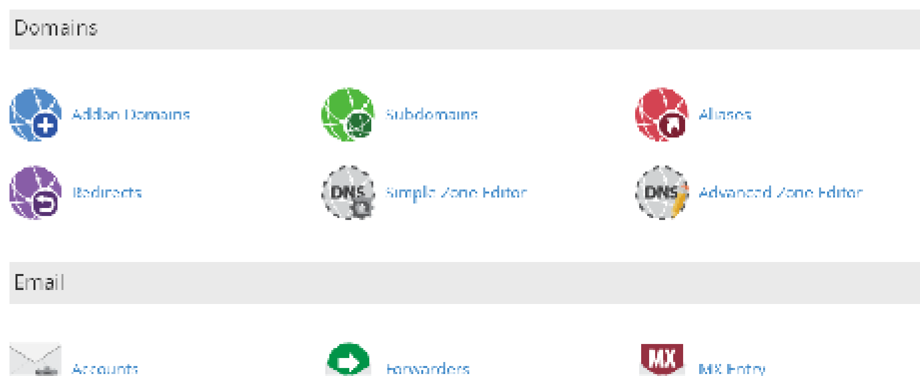
Click vào Add nameservers Nameserver có dạng bạn copy 2 dòng X vào click ok -> save lại là xong. Chú ý: 2 Nameserver này họ cấp cho bạn qua email khi bạn mua hosting Nameserver 1: xxxxxxxxxxxxxxxxxx 192.218.10) Nameserver 2: xxxxxxxxxxxxxxxxx199.192.219.10

Add domain vào host Domain bạn muốn website tên gì thì mua tên miền ấy. Giả sử ở đây chúng tôi mua godaddy với domain xedien1banh.net Chúng tôi sẽ vào hosting app vào là xong, cụ thể ở đây là stablehost, chúng tôi làm như sau:

Bạn tới http://cp29.stablehost.com/cpanel để đăng nhập vào nó như hình bên dưới:



Gõ username và password vào sẽ được như hình dưới:



Bạn chú ý như hình trên tại: addon domains là nơi bạn thêm domains

Addon Domains

An addon domain is an additional domain that is stored as a subdomain of your main site registering a new domain name. For more information, read the documentation.

Create an Addon Domain

New Domain Name

xedien1banh.net

Subdomain

xedien1banh

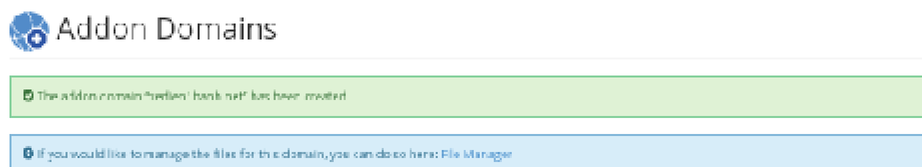
Document Root /

public_html/xedien1banh.net

Create an FTP account associated with this Addon Domain.

Add Domain

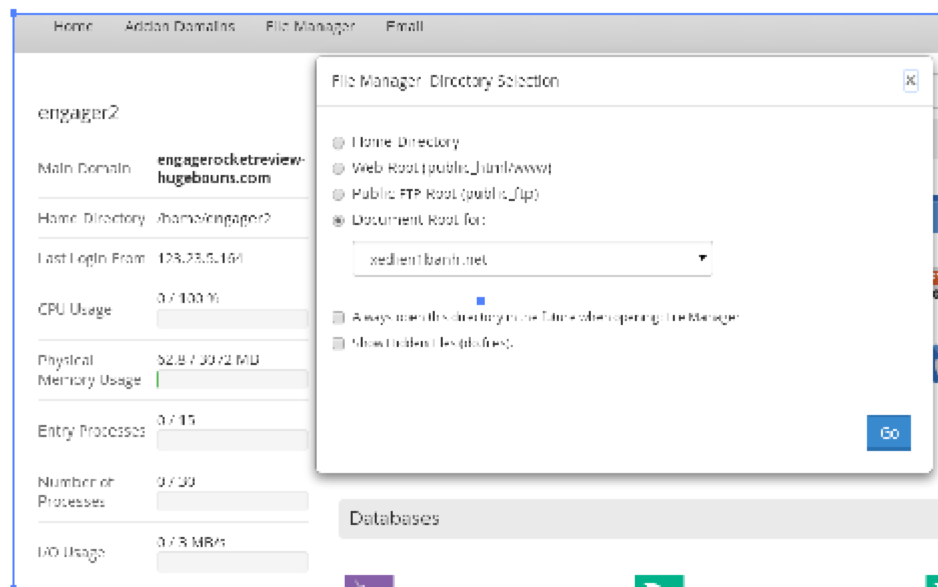
Click vào Add Domain nó báo như hình bên dưới là xong.



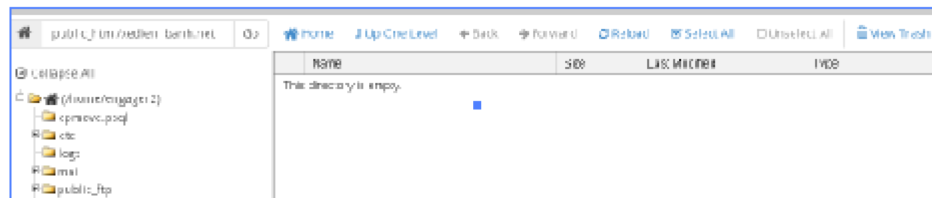
Tiến hành tải 2 file download lên host Bạn có thể dùng filezzila up nó lên nhưng ở đây mình chỉ các bạn up trực tiếp tại cpanel.

Bạn vào file manage -> public_html -> chọn domain khi mình app vào -> như bạn thấy phía dưới:

Chú ý: Bạn chọn đúng cái domain mình mới add vào nhé!



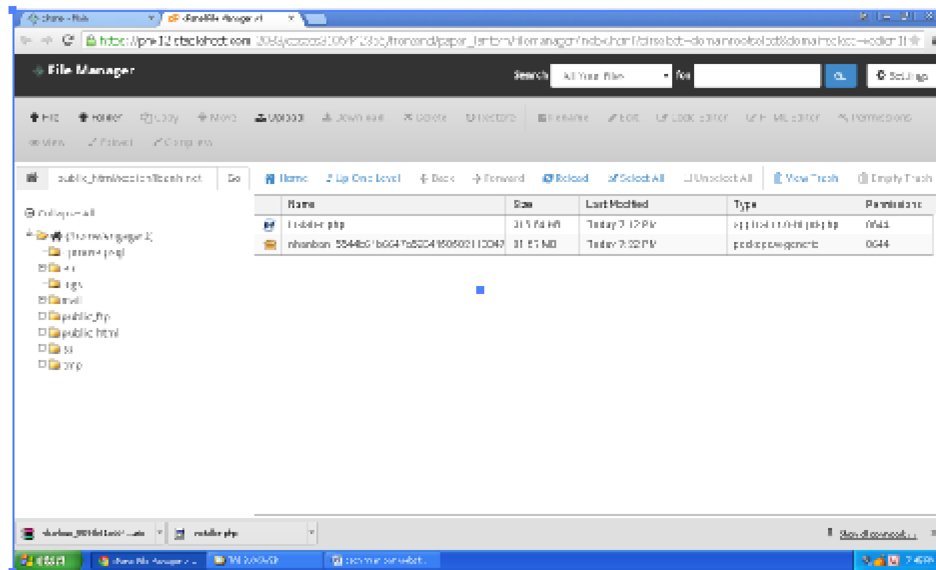
Click vào go -> bạn sẽ thấy như hình bên dưới



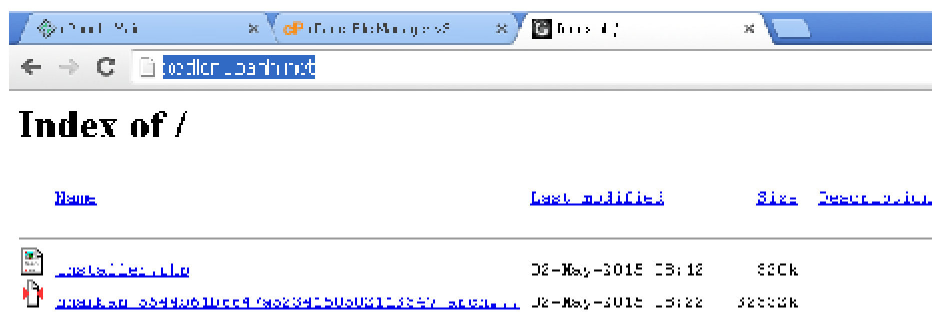
Bạn thấy phía trên bên trái có upload -> hãy upload 2 file lúc trước lên, bạn thấy như hình phía dưới đang tiến hành tải file lên, đợi lúc nó completed là ok.

File Upload

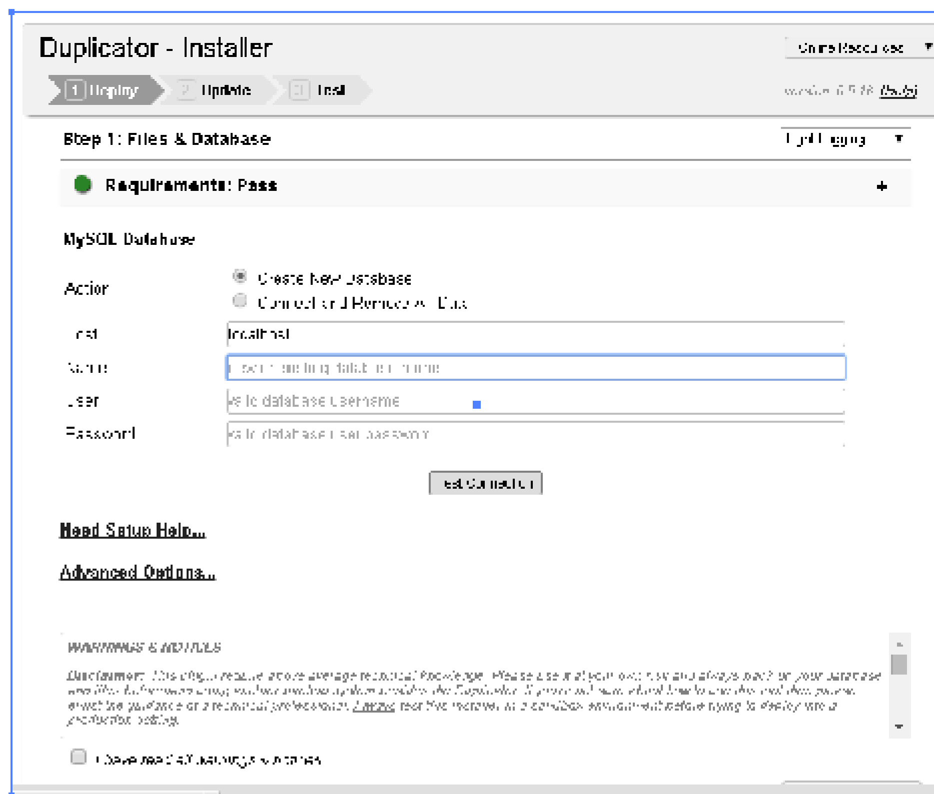




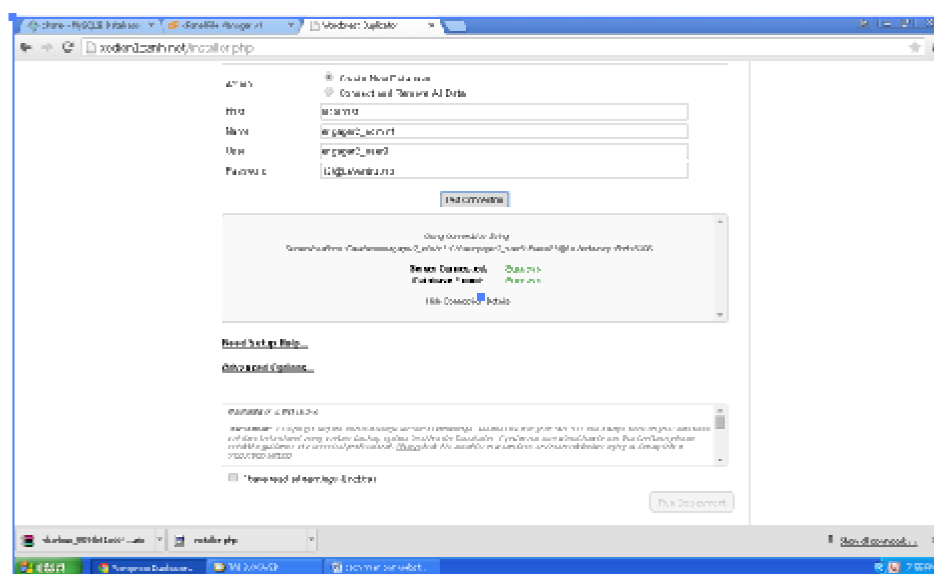
Trên là 2 file mới upload lên Bây giờ, ta vào domain của mình như domain mình giới thiệu cho bạn là http://xedien1banh.net/. Hình bên dưới giờ ta tiến hành bước tiếp theo để hoàn chỉnh việc thiết lập site mới -> Bạn click vào installer.php.



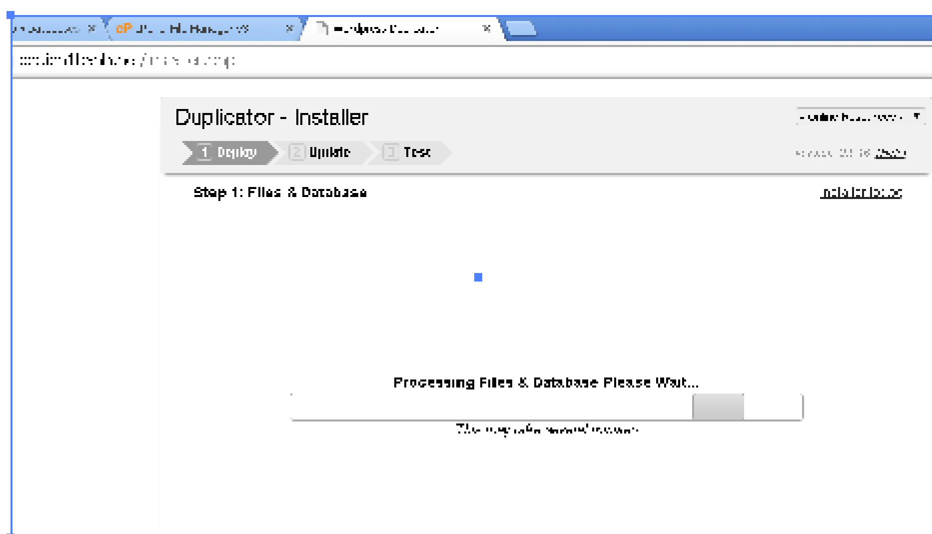
Sẽ ra như hình bên dưới:



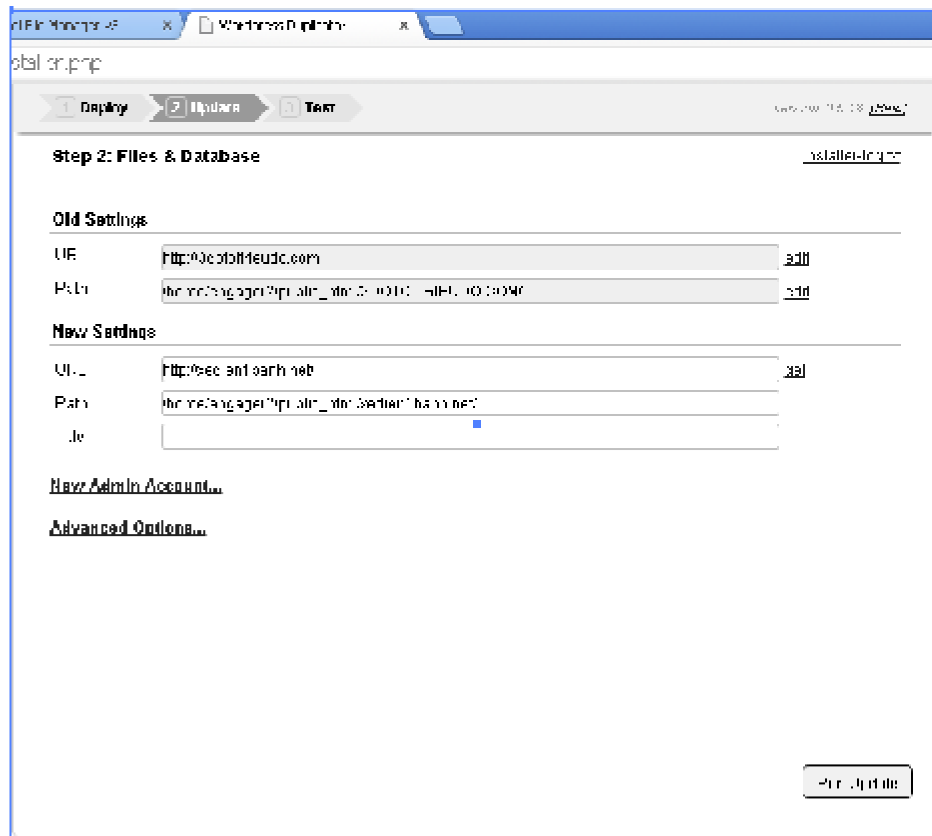
Bạn vào lại MySQL® Databases Tìm lại user và date name ban nãy. Như của chúng tôi sẽ là: name: engager2_admin1 và User: engager2_user3 và pass hồi nãy là: 12!@LeVantruong, chúng tôi cho vào những khung trên. Như hình bên dưới -> click vào test Connection như hình dưới là ok -> Tiếp theo bạn check vào I have read all warnings & notices -> click vào Run deployment



Đợi nó chạy một lúc.



Một hồi sau bạn sẽ thấy như hình bên dưới:



Như hình trên bạn sẽ thấy Old Settings và bản website gốc và New Settings sẽ là website nhân bản. Tại Tile, bạn có thể gõ tên domain mới như của mình là xe điện 1 bánh chẳng hạn. Cái này có thể sữa lại sau cũng được -> Tiếp theo click vào Run update để tiếp tục. Như hình bên dưới là xong.



Bây giờ bạn vào domain xem thì nó có phiên bản y chang website gốc. Như hình bên dưới Đây là website vừa nhân bản xong:





Bên trên là website gốc. Bạn cần chỉnh sửa lại banner và xóa bài viết trên web vừa nhân bản và tối ưu hóa seo lại một chút là ok.

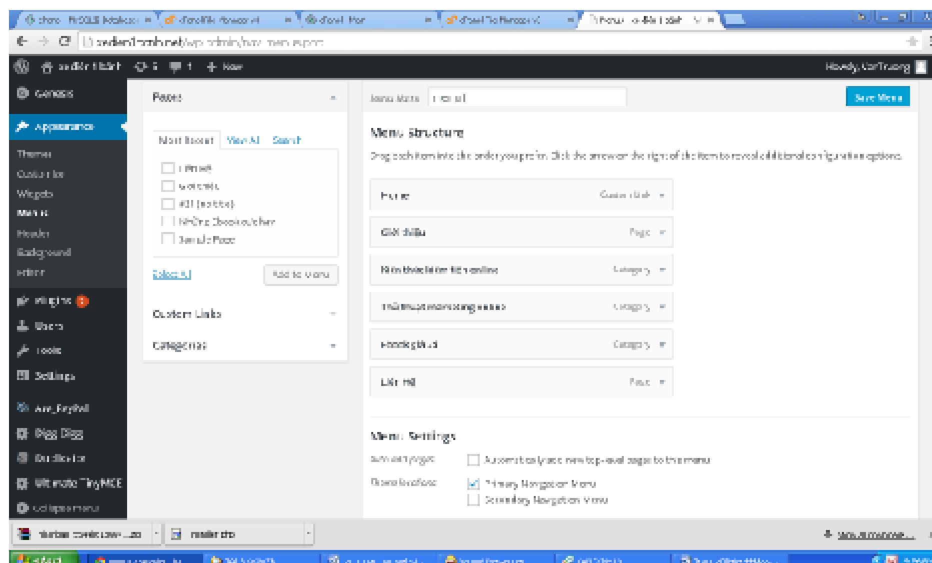
Bây giờ bạn đăng nhập vào phần quản trị và thiết lập. Để đăng nhập vào phần quản trị, chúng tôi vào như sau: http://xedien1banh.net/wp-admin Điền user và pass vào. Bạn chú

ý: Username và pass là tên đăng nhập vào trang gốc thế nào thì bạn đăng nhập vào web nhân bản thế ấy. Ví dụ: Chúng tôi đăng nhập vào quản trị website http://3dotoitrieudo.com/ với username : vantruong và pass: 123456789 thì web mới nhân bản xong cũng như thế ấy.

Tiếp theo, bạn vào genesis -> seo setting -> chỉnh sửa lại home doctitle và home meta decription như hình bên dưới -> tại home meta decription. (Mô típ tốt nhất là sản phẩm phải gây được sự tò mò cho người đọc nhé) -> save setting.



Kế đến là vào appearance -> menus -> xóa đi menus không cần thiết.



Thế là xong nhé! Quá đơn giản phải không? Nếu rành thì chỉ cần bỏ chút thời gian là bạn đã làm được website cho bất kỳ sản phẩm nào rồi.

➢ **Chú ý quan trọng:**

Bạn không nên nhân bản website có quá nhiều bài viết,bởi vì nó sẽ rất nặng và việc upload lên rất lâu . Dung lượng hosting của bạn phải đủ lớn nếu không sẽ bị báo lỗi.

Tuyệt chiêu 4: 10 chiến lược marketing chi phí 0 đồng hiệu quả

1. Chiến lược cho đi và nhận lại

Ví dụ, chúng chúng tôi đang chạy chiến dịch về loại thuốc mới trị bệnh dạ dày. Để chiến dịch thành công, chúng chúng tôi sẽ thực hiện chiến lược cho đi và nhận lại như sau:

Chúng chúng tôi làm tờ rơi chuyên nghiệp, thật đẹp với nội dung tư vấn bệnh lý dạ dày miễn phí suốt đời và tặng cuốn "Cẩm nang sức khỏe 365 ngày những đều cần biết", nhấn mạnh vấn đề là được tư vấn bởi những chuyên gia hàng đầu có nhiều năm trong nghề.

Mục đích là tạo niềm tin an toàn tuyệt đối với khách hàng. Họ không mất mát gì cả, mà còn được rất nhiều. Khách hàng sẽ sẵn sàng mở lòng ra để được chúng chúng tôi tư vấn.

Được tư vấn bởi chuyên gia chắc chắn sẽ cảm thấy hài lòng. Khi khách hàng cảm thấy hài lòng, có thiện cảm tốt, chúng chúng tôi sẽ đều hướng tới sản phẩm, dịch vụ có thể giúp họ giải quyết vấn đề, và như thế chuyện mua hàng là bình thường. Thông thường mọi người rất tin tưởng vào những chuyên gia.

Nếu bạn bạn đang mắc bệnh lý về dạ dày nghe thông tin này chắc chắn là bạn sẽ quan tâm rồi, đúng không nào? Được tư vấn bởi chuyên gia hàng đầu nhiều năm kinh nghiệm mà hoàn toàn miễn phí, không có lý gì mà người đang bị vấn đề bệnh lý không quan tâm cả.
Chúng chúng tôi đánh vào thị trường địa phương trước, bằng những tờ rơi chuyên nghiệp đẹp mắt, dưới cùng sẽ có hướng dẫn để nhận được tư vấn miễn phí và nhận cẩm nang thì vào website này đăng ký để được tư vấn và nhận quà tặng (để ngay link vào webite để họ đăng ký), để thêm thông tin liên hệ tư vấn trực tiếp là số điện thoại, đề phòng những người không biết lên mạng, họ sẽ gọi điện trực tiếp.

Với phương pháp cho đi như vậy, rất nhanh chóng chúng chúng tôi sẽ có khách hàng tiềm năng. Trong quá trình tư vấn, chúng chúng tôi thể hiện là chuyên gia thành thạo trong lĩnh vực đó. Tất nhiên khách hàng sẽ rất hài lòng, và cuối cùng tạo thiện cảm, sự thân thiện, quan tâm chăn sóc rồi sau đó đều hướng họ sử dụng sản phẩm là đều hiển nhiên.

Họ rất hạnh phúc vì chúng chúng tôi giải quyết được vấn đề đang mắc phải. Lúc này có thể tiền không là vấn đề mà vấn đề làm sao giúp họ mau chóng khỏi bệnh.

Sau khi chiến lĩnh thị trường địa phương, chúng chúng tôi tiếp tục mở rộng sang các tỉnh thành lân cận và marketing online sẽ làm công việc này rất tốt.

Tư vấn hướng họ dùng sản phẩm 1 , 2 ngày sau chúng chúng tôi gửi họ thư hay tin nhắn sms hỏi thăm. Ngày hôm sau nữa lại tư vấn gì đó, ngày hôm sau lại hỏi thăm. Khách hàng phản hồi lại sử dụng sản phẩm có hiệu quả, chúng chúng tôi lại hướng mua sản

phẩm gì đấy hỗ trợ cho bệnh mau khỏi hơn chẳng hạn, hay hỏi có vấn đề bệnh lý nào nữa không tiếp tục tư vấn lại bán hàng.

Chúng chúng tôi liên tục chăm sóc tương tác và bán hàng.

Bạn có biết một người trung bình phải xem hoặc nghe về sản phẩm của bạn 7 lần trước khi họ mua hàng của bạn?

Nếu bình thường rất khó để khách hàng ra quyết định mua sản phẩm của chúng chúng tôi khi nó là sản phẩm mới, chưa được sử dụng rộng rãi. Vì vậy, sự khẳng định mình là chuyên gia trong lĩnh vực chữa bệnh dạ dày và cho khách hàng trải nghiệm thực tế là minh chứng tốt nhất.

Tiếp tục, chúng chúng tôi sẽ bán những mặt hàng khác liên quan. Luôn quan tâm, hỏi han, tương tác, là đều cần thiết. Có khi mai mốt khách hàng kêu đau lương, chúng chúng tôi lại bán thuốc trị đau lưng, hay mốt khách hàng đau bụng lại bán thuốc đau bụng… Khi ta đã tạo niềm tin, thân thiết với khách hàng rồi thì có thể bán mọi thứ.

Qua đây, bạn thấy sưc mạnh cho đi càng nhiều sẽ nhận lại càng nhiều. Hãy để khách hàng trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ của bạn FREE và để được sở hửu dịch vụ FREE này, bạn phải đổi lại date để chăm sóc, tương tác rồi bán mặt hàng kinh doanh liên quan khác. Cho đi thứ gì đó Free thật có giá trị, để lấy data khách hàng, chăm sóc, đào tạo, nuôi dưỡng… và chuẩn bị những sản phẩm liên quan để bán.

Đây là chiến lược khá hay bạn có thể áp dụng vào kinh doanh. Hãy cho đi điên cuồng thứ gì đấy để lấy data khách hàng, chăm sóc, đào tạo, tạo mối quan hệ thân thiết. Hãy chứng tỏ cho họ biết bạn là chuyên gia trong lĩnh vực của mình. Khi ấy, việc bán hàng trở nên đơn giản hơn. Nhớ hãy chuẩn bị những sản phẩm liên quan để bán khi cho đi cái gì free liên quan.

Ví dụ khác để bạn hiểu hơn.

Một người đàn ông nọ muốn mở phòng khám răng hàm mặt tại địa phương nhưng khổ nỗi tại đây đã có 2 phòng khám như vậy đã có uy tín lâu năm. Thế là ông ta tìm xem có chiến lược nào tốt hơn để thắng 2 đối thủ kia. Sau mấy ngày suy nghĩ, ông ta đi in lượng lớn tờ rơi được thiết kế khá bắt mắt với nội dung "Lấy cao răng miễn phí suốt 365 ngày, ngoài ra còn tặng cuốn cẩm nang về chăm sóc răng miệng trị giá 350k". Đúng vào ngày khai trương rất đông người tới, xếp hàng dài đăng ký để được lấy cao răng miễn phí, thế là người này có danh sách khách hàng rất lớn.

Khi khách hàng tới lấy cao răng miễn phí thì sẽ có nhiều bệnh phát sinh. Lúc này sẽ có hàng đống bệnh liên quan tới răng hàm mặt cần được đều trị. Lấy cao răng thì miễn phí nhưng những bệnh lý phát sinh khác thì phải trả tiền.

Bạn thấy tuyệt vời chứ? Cho đi miễn phí gì đấy, chuẩn bị những sản phẩm dịch vụ liên quan để bán, chăm sóc tương tác tạo mối quan hệ bán mãi mãi.

- **Tóm lại:**

Bí quyết nằm ở chỗ cho đi thật nhiều để có danh sách khách hàng tiềm năng. Chuẩn bị chuỗi sản phẩm liên quan để bán, chăm sóc, tương tác, tạo mối quan hệ thân thiết thì việc bán hàng sẽ trở nên đơn giản hơn rất nhiều.

2. Tăng doanh số bán hàng gấp đôi, ba lần

Đây là chiến lược khá hay mà chúng tôi cảm nhận được từ thực tế. Ngày trước, chúng tôi không để ý lắm nhưng sau này mới ngẫm ra nó thât sự tuyệt vời. Áp dụng chiến lược này hiệu quả sẽ giúp gia tăng doanh số bán hàng rất lớn.

Để chúng tôi kể bạn nghe vài câu chuyện của chính mình khi không có nhu cầu mà vẫn bị trả tiền cho một món hàng nào đó.

Khi chúng tôi đi uống cafe, mới bước vào chưa gọi uống gì nhân viên đã mang sẵn ra ly nước và khăn lạnh. Ly nước thì free nhưng khăn lạnh lại không, thường tiện tay chúng tôi

sử dụng luôn. Như vậy vô tình đi uống cafe thay vì trả tiền cafe lại trả thêm tiền khăn lạnh mặc dù không gọi.

Khi đi ăn bún, phở cũng thấy như vậy, đi nhậu cũng thấy mang khăn giấy ra. Ở quán nhậu lại có thêm bọc đậu phộng.

Khi đi cùng người anh tới KFC ăn cơm, vừa gọi món chưa xong, ngay lập tức nhân viên lại hỏi: "Anh dùng coca hay pepsi?". Chúng tôi thật sự bất ngờ vì câu hỏi này. Hỏi thế này coi như chúng tôi chọn nước uống rồi còn gì? Nếu như họ hỏi: "Anh dùng nước gì không?", chúng tôi có thể từ chối hay chấp nhận, nhưng ở đây chúng tôi như bị buộc rồi, thế là đành gọi nước luôn.

Bạn thấy đấy, đây là chiến lược khá hay để tăng doanh số bán hàng. Chúng ta hoàn toàn có thể bắt chước hình thức này để áp dụng vào kinh doanh của mình.

Hình thức của nó tuy là đơn giản nhưng lại rất hiệu quả giúp tăng doanh số bán hàng lên gấp đôi. Bạn có thường để ý khi vào mua áo chẳng hạn thì chủ lại mời mua thêm quần lớn, quần nhỏ hay nón hay dây nịt gì đó…

Ví dụ như khi bạn bán máy tính có thể bán kèm theo chuột, loa, bàn phím, ram...; Hay quán cafe họ bán khăn lạnh kèm theo cũng có thể đủ trả tiền cho nhân viên.

- **Tóm lại:**

Khi bạn kinh doanh về mặt hàng gì? Hãy chuẩn bị sản phẩm dịch vụ kèm theo để bán. Đây là hình thức bán hàng có giúp gia tăng doanh số bánh hàng lên.

3. Phần thưởng xứng đáng

Những người đã mua sản phẩm của bạn, cần tập trung chăm sóc, tạo mối liên hệ mật thiết, nhờ họ chuyển thông điệp về sản phẩm dịch vụ của bạn tới người thân, bạn bè và một phần thưởng, ưu đãi xứng đáng nào đấy sẽ khích lệ họ. Có thể là phiếu giảm giá 30% khi mua hàng lần sau, hay món quà gì đấy hấp dẫn… và những người được họ giới thiệu

tới sẽ nhận được ưu đãi có giá trị hấp dẫn, có thẻ 10% hay 15% giảm giá khi mua hàng chẳng hạn.

Tiếp tục như vậy liên tục sẽ tạo ra tính lan truyền rất mạnh, đơn hàng đến với công ty bạn sẽ rất lớn.

Trong phần này chúng tôi muốn nhấn mạnh một điều là 20% sẽ tạo nên 80 % thành công. Thay vì bạn cứ cố gắng đi tìm khách hàng mới thì hãy tập trung vào khách hàng cũ, tương tác chăm sóc, tạo niềm tin tuyệt đối cho họ về sản phẩm của bạn. Khi khách hàng đã tin yêu bạn, không cần bạn phải marketing mà chính những con người này sẽ giúp bạn marketing. Khi được khích lệ bằng phần thưởng xứng đáng nào đấy, họ sẽ là kênh marketing tốt nhất và những người được họ mời tới nên có ưu đãi nào đấy, sẽ thúc đẩy tốt hơn doanh số bán hàng công ty.

Những khách hàng cũ này luôn là minh chứng tốt nhất khẳng định chất lượng sản phẩm của bạn. Những người được họ giới thiệu tới công ty sẽ cảm thấy an tâm hơn về chất lượng sản phẩm, xóa bỏ phần nào nghi ngờ về sản phẩm của công ty bạn. Nếu là người mới hoàn toàn chưa biết gì tất nhiên người này sẽ soi xét đủ thứ trước khi ra quyết định mua hàng

- **Tóm lại**

Một phần thưởng xứng đáng cho khách hàng cũ và những khách hàng mới do những khách hàng cũ giới thiệu sẽ gia tăng đơn hàng rất lớn. Hãy tập trung vào phục vụ tốt nhất khách hàng cũ. Khi làm tốt công tác chăm sóc khách hàng cũ mới chuyển sang tìm kiếm khách hàng mới. Nếu bạn muốn 20% tạo nên 80% thành công hãy tập trung vào chăm sóc khách hàng cũ.

4. Lập hội viên trung thành

Khi đã có những khách hàng cũ trung thành, chúng ta phải lập ra hội viên với mục đích có thể lôi kéo càng nhiều khách hàng trung thành càng tốt và cho họ biết được tầm quan

trọng khi là thành viên. Cho họ biết sẽ nhận lợi ích to lớn khi là thành viên hội, có những chinh sách ưu đãi rất lớn cho hội viên. Có thể giảm giá 5% trọn đời khi là thành viên của hội. Nếu giới thiệu thêm người khác vào hội sẽ nhận được giảm giá 5% cho lần mua hàng kế tiếp. Người được giới thiệu vào hội cũng sẽ giảm giá 5% trọn đời. Tuy nhiên phải thỏa mãn điều kiện nào đó, có thể là mua hàng ở mức độ nào đó. Khi người này gia nhập hội lại tiếp tục giới thiệu người khác vào hội sẽ nhận giảm giá 5% cho lần mua hàng kế tiếp ngoài chế độ 5% trọn đời.

Cứ tiếp tục như vậy sẽ tăng số hội viên trung thành với công ty nhiều lên, kéo theo sẽ tăng doanh số doanh số bán hàng.

- **Tóm lại:**

Lập ra hội viên trung thành với công ty là việc hết sức cần thiết bạn phải làm. Bằng những chính sách ưu đãi đặc biệt nào đấy cho hội viên và những người muốn vào hội. Những khách hàng trung thành là những người sẵn sàng lên tiếng giúp bạn khi có dư luận cộng đồng nào đấy không tốt.

5. Liên kết data khách hàng

Công ty bạn đang kinh doanh về mặt hàng nào đấy và có 1000 data khách hàng tiềm năng. Công ty khác cũng kinh doanh sản phẩm tương tự có 900 data khách hàng. Hãy chủ động liên kết lại với họ. Bạn phải chủ động, đấy là cơ hội, trong kinh doanh hãy tận dụng mọi cơ hội nếu có thể. Hãy đề nghị họ gửi 1 email tới khách hàng trong danh sách của họ và bạn sẽ gửi lại email của họ cho danh sách khách hàng của bạn. Tất nhiên là phải cùng nhóm kinh doanh liên quan, sẽ tạo ra sức mạnh rất lớn khi biết liên kết lại với nhau. Đôi bên cùng có lợi thì không có lý do gì mà không làm.

- **Tóm lại:**

Bạn có data khách hàng, những người kinh doanh mặt hàng sản phẩm liên quan với bạn hãy liên kết lại để tạo ra tập data khách hàng lớn đôi bên cùng có lợi.

6. Huấn luyện trực tuyến

Khách hàng của bạn có thể ở khắp các tỉnh thành, thậm chí là ở nước ngoài. Hãy tổ chức hội thảo trực tuyến để huấn luyện, giúp họ giải quyết vấn đề gì đấy, tương tác để duy trì mối quan hệ bên vững hơn.

Chia sẻ thông tin miễn phí về vấn đề của bạn có giá trị cao thể hiện quan tâm đồng hành cùng khách hàng.

Hãy luôn tương tác với khách hàng, liên tục tương tác. Lúc nào sản phẩm, dịch vụ hay hình ảnh công ty bạn cũng luôn nằm trong tâm trí khách hàng.

7. Mua nhiều rẻ hơn

Chiến lược này giúp bạn bán nhiều hàng hơn, chúng tôi quan sát ở một số siêu thị họ thường gộp 3 - 4 thứ lại với nhau để bán.

Ví dụ 3 sản phẩm có giá 150$ mua lẻ mỗi cái 50$, nhưng nếu mua cả 3 thay vì 150$ thì chỉ 110$ chẳng hạn. Lúc này khách hàng sẽ cân nhắc tới việc mua 3 sản phẩm thay vì 1.

Mình vừa bán được sản phẩm vừa tăng doanh thu mà khách hàng họ cũng hài lòng vì mua 3 món với giá rẻ.

Hãy gộp 3 - 4 thứ lại với nhau để bán nhiều hàng hơn.

8. Mua cái lớn tặng cái bé

Đây cũng là hình thức giúp bạn bánh hàng khá tốt. Một lần chúng tôi đi siêu thị thấy có rất đồ khuyến mãi. Ví dụ như mua hộp bánh tặng cái tô, mua ti vi tặng thùng bia, mua laptop tặng balo, chuột… Đây cũng là hình thức kích thích bán hàng hiệu quả. Khách hàng sẽ ra quyết định mua hàng cao hơn khi món quà tặng kèm theo đủ hấp dẫn, có giá trị.

9. Liên doanh cùng có lợi

Bạn đang kinh doanh về lĩnh vực nào đấy hạy liên kết vời những đối tác cùng lĩnh vực để tạo hệ thống trọn gói kinh doanh.

Ví dụ: Chúng tôi đang làm bên tư vấn kinh doanh online. Những khách hàng của chúng tôi cần làm website, seo từ khóa, chạy quảng cáo google adword, tăng like fanpage. Chúng tôi liên kết với những người làm bên lĩnh vực này. Khi khách hàng của chúng tôi có nhu cầu website, seo từ khóa, chạy quảng cáo google adword, tăng like fanpage, chúng tôi liên hệ với họ, rồi khi họ có khách hàng cần tư vấn kinh doanh online chúng tôi lại có đơn hàng.

Đây là quy tắc hợp tác để tạo ra hệ thống hoàn chỉnh về lĩnh vực nào đấy.

Đơn hàng sẽ đến với bạn rất nhiều khi biết kết hợp lai với nhau tạo ra hệ thống kinh doanh.

Một ví dụ khác sẽ giúp bạn hiểu rõ hơn: Chúng tôi đang kinh doanh bên lĩnh vực áo cưới. Để tạo ra hệ thống dịch vụ hoàn chỉnh thì chúng tôi sẽ liên kết với những người làm bên quay phim, chụp hình, nhà hàng tiệc cưới, tiệm vàng... từng thành viên trong hệ thống này sẽ nhận bất cứ đám cưới nào trọn gói. Thay vì một mình chúng tôi phải đi tìm đơn hàng thì bây giờ chúng tôi có nhiều người trong hệ thống cùng tìm đơn hàng cho chúng tôi, ngược lại chúng tôi cũng tìm đơn hàng đến cho họ.

10. Giúp giải quyết vấn đề nào đấy

Bạn là chuyên gia trong lĩnh vực của mình, hãy tận dụng nó giúp khách hàng của mình có thể giải quyết vấn đề nào đó của họ. Hãy thể hiện suất sắc cho họ thấy bạn có khả năng giải quyết vấn đề nào đó thành thạo nhất, chuyên nghiệp nhất. Lúc này khách hàng sẽ tin tưởng tuyệt đối vào bạn. Tuy nhiên đừng cố gắng bán hàng mà hãy cung cấp cho khách hàng giải pháp nào đấy, ở một nơi nào đấy. Không có lý nào được chuyên gia tư vấn mà lại đi chỗ khác không rõ ràng để sử dụng sản phẩm, dịch vụ.

- **Tóm lại:**

Giúp khách hàng giải quyết vấn đề này tốt nhất, có thể đưa ra vấn đề hay vấn đề từ khách hàng, không nên cố gắng bán sản phẩm, dịch vụ. Lúc này khách hàng sẽ chạy theo bạn để được mua hàng. Hãy là chuyên gia trong lĩnh vực của bạn, giải quyết tốt vấn đề cho khách hàng, bán hàng sẽ đơn giản hơn.

Tuyệt chiêu 5: Tuyệt chiêu gia tăng tỷ lệ mua hàng và số lần mua hàng lặp lại.

1. Gia tăng tỷ lệ mua hàng

Gia tăng tỷ lệ mua hàng là vấn đề không hề dễ trong kinh doanh, nhưng cũng không phải là khó, trong phần này chúng tôi sẽ gợi ý một vài chiến lược giúp gia tăng tỷ lệ mua hàng

+ Cam kết thật mạnh mẽ: đây là phần quan trọng để tạo niềm tin lớn đối với khách hàng. Có thể hoàn trả 100% nếu bạn không hài lòng, 15 ngày đổi hàng miễn phí, bảo hành bao nhiêu năm đấy,…. Hãy nói lên cam kết mạnh nhất.

+ Những lời nhận xét: Những lời nhận xét của những nhân vật có tiếng, những người có ảnh hưởng sẽ thúc đẩy chuyển đổi rất cao ngay tại website. Khuyến khích mọi người nhận xét, càng nhiều càng tốt, nhận xét về sản phẩm của bạn càng tốt bao nhiêu thì càng thúc đẩy động cơ mua hàng cao bấy nhiêu. Với những người có tiếng, có ảnh hưởng, hãy mời họ dùng miễn phí sản phẩm của bạn và nhờ họ viết vài lới nhận xét tốt. Với những khách hàng thông thường, có thể làm thẻ hội viên, tích điểm mua để giảm giá mua hàng lần sau…

Video hay hình ảnh minh họa trước sau: Dùng hình ảnh hay video quay lại, tốt nhất video quay lại như bằng chứng mạnh mẽ về chất lượng sản phẩm của bạn, hãy khẳng định tốt nhất.

+ Chứng chỉ liên quan: Chứng chỉ hay công nhận của cơ quan liên quan sẽ gia tăng uy tín sản phẩm của bạn.

+ Dùng thời gian đếm ngược: Nếu hành động trong khoảng thời gian bao nhiêu đấy sẽ nhận được giá ưu đải đặc biệt nào đấy.

+ Kêu gọi hành động mạnh mẽ.

+ Dùng ngôn từ thôi miên tác động mạnh vào khách hàng. Họ sẽ nhận được gì? Sản phẩm sẽ mang lại gì? Nếu không sử dụng vấn đề gì sẽ xảy ra? Nêu ra vấn đề của họ và giải quyết hướng tới sản phẩm dịch vụ của bạn.

+ Hình ảnh đẹp chuyên nghệp.

+ Khuyến mãi có thể mua 3 tặng 1.

+ Tư vấn nhanh chóng kịp thời.

+ Mua số lượng lớn giảm giá.

+ Hình thức thanh toán dễ dàng, thuận tiện trên website có thể tích hợp thanh toán ngân lượng, bảo kinh, thẻ cào, internet banking...

+ Huấn luyện nhân viên niềm nở, vui vẻ. Nếu là website thì phải có người trực, giải đáp thắc mắc cho khách hàng.

+ Nêu lên lý do tại sao khiến khách hàng mua sản phẩm từ bạn, lợi ích sẽ nhận được là gì?

Tăng số lần mua hàng lặp lại + Chăm sóc khách hàng cũ. Tập trung chăm sóc khách hàng cũ, tặng quà hay phiếu giảm giá để kích thích mua hàng lần sau. + Tương tác thường xuyên. Thường xuyên tương tác, liên hệ với khách hàng bằng hệ thống chăm sóc email tự động, sms marketing hay điện thoại. + Tổ chức hội viên, khách hàng trung thành. Thường xuyên tổ chức mua sắm dành cho hội viên. + Báo cho khách hàng về sản phẩm dịch vụ mới. + Quan tâm chăm sóc, tạo cho khách hàng cảm giác họ là người quan trọng. + Gửi thông tin hữu ích thướng xuyên đến khách hàng.